



DIE RICHTIGEN ZIELGRUPPEN FÜR BLACK FRIDAY UND CYBER MONDAY

Black Friday und Cyber Monday gehören einfach zusammen und haben sich zu einem echten Trend entwickelt – obwohl es sie hierzulande noch nicht einmal 10 Jahren gibt.

Black Friday und Cyber Monday gehören einfach zusammen und haben sich zu einem echten Trend entwickelt – obwohl es sie hierzulande noch nicht einmal 10 Jahren gibt.

Mit den Kaufdaten von TGI und Yougov und den Unterhaltungselektronik-Segmenten von Acxiom erreichen Sie Menschen, die sich ihre teuren Wünsche für die Rabattaktionen im November aufsparen. So überzeugen Sie Technikfreaks, Eltern und junge Paare, beim größten Shopping-Ereignis des Jahres dabei zu sein!

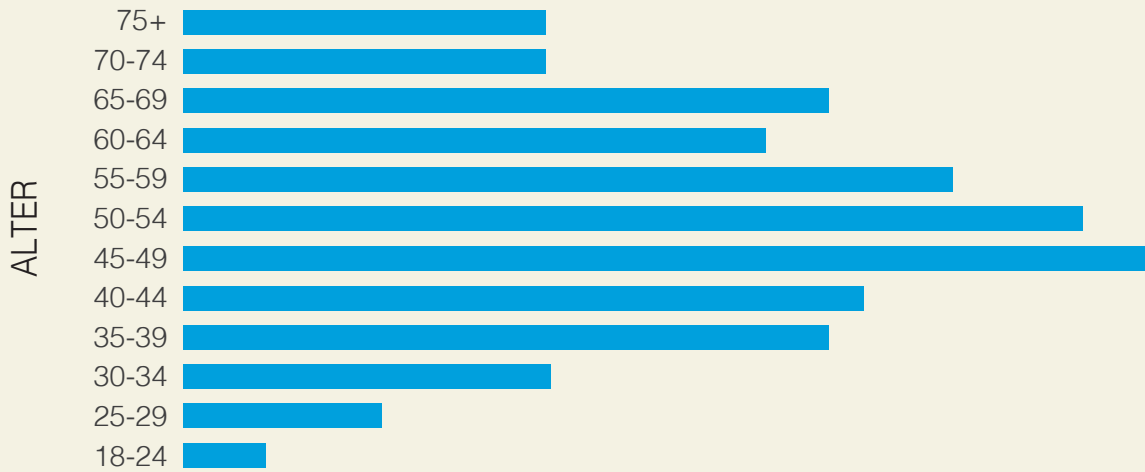
Wer an Black Friday oder Cyber Monday einkauft, ist in 45 % der Fälle 45-49 Jahre alt und hat mit 83 % Wahrscheinlichkeit Kinder

Wer an Black Friday oder Cyber Monday einkauft, hat tendenziell ein mittleres oder höheres Einkommen und ist eher technikaffin.

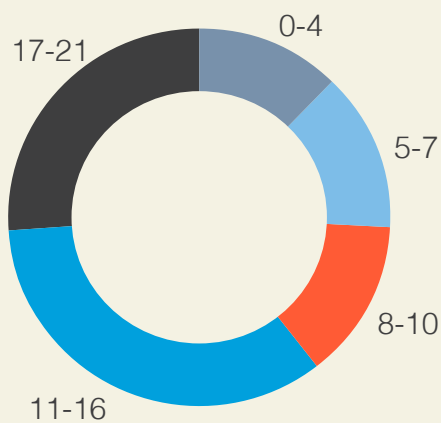
GEEIGNETE SEGMENTE

- Ältere, finanziell solide aufgestellte Familien, bei denen andere Prioritäten die Kauflust drücken
- Technikaffine, finanziell solide aufgestellte Paare und Familien
- Finanziell solide aufgestellte Eltern ohne Kinder im Haushalt mit hohen Ausgaben für praktische Elektronik
- Junge in angespannter Finanzlage, die gerne mehr ausgeben würden, wenn es ginge
- Neigen zu Impulskäufen
- Technikbegeisterte
- Modebegeisterte
- Liebhaber von Haushaltsgeräten
- Regelmäßige Onlinekäufer
- Hohe Ausgaben für Unterhaltung und Freizeit
- Unendlich viele Möglichkeiten für weitere Segmente dank TGI- und YouGov-Integration

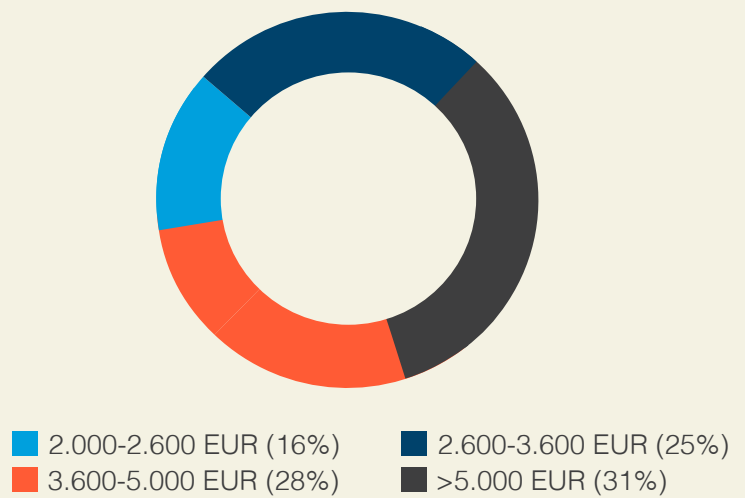
BLACK FRIDAY/CYBER MONDAY: ALTERSVERTEILUNG



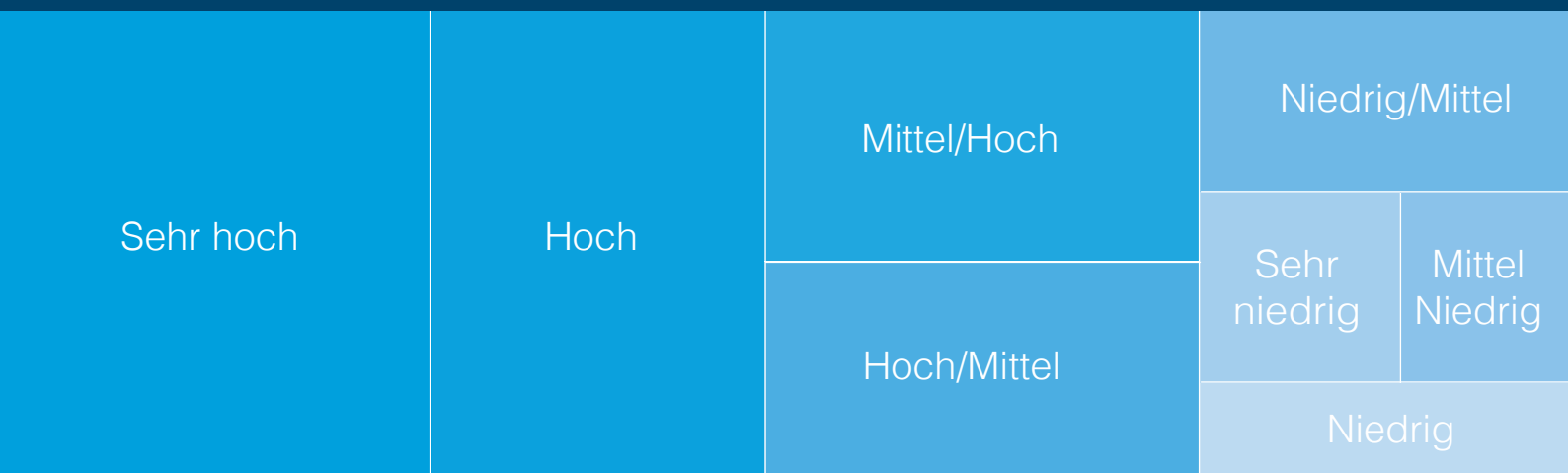
ALTER DER KINDER



HAUSHALTSEINKOMMEN



TECHNISCHER STAND (HAUSHALT)



DATA GURU KONTAKTIEREN:
dataguru_de@acxiom.com

ACXIOM