

Valutazione TUC
Mondiali 2026

TECH
ADS



Budget totale:
€ 30.000

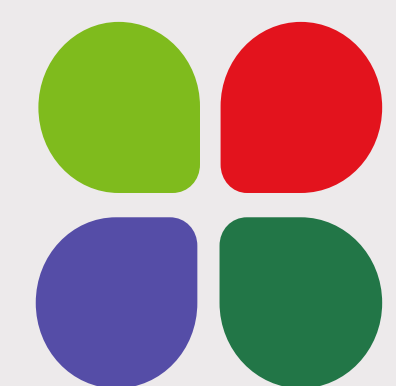
CPM:
€ 3,88

Numero di impressioni:
7.731.959

Durata:
6 settimane

Periodo:
11 giugno - 19 luglio 2026

JUMBO

 **PLUS**



Distribuzione impressioni

Retailer	Crackers	Mini crackers	Bakeroll	totale
Albert heijn	2.525.773	721.650	-	3.247.423
Jumbo	2.056.701	293.814	587.629	2.938.144
Plus	1.082.474	154.640	309.278	1.546.392
Totale	5.664.948	1.170.104	896.907	7.731.959



▲ Sidney Lopes Cabral, Lionel Messi, Erling Haaland en Youri Tielemans. © Getty Images

STEM MEE!

Team van het WK 2026: welke drie spelers horen volgens jou in de aanval?

Je bent niet (meer) ingelogd

Log in of maak een account aan
je hoeft geen abonnee te zijn

GA VERDER →

✓ Praat mee en plaats gratis reacties

Net binnen

- 24 juli 2026
Groots onthaal voor Kaapverdische internationals in Rotterdam: 'Ik denk dat...
- 24 juli 2026
Meer dan twee keer rond de wereld en een uitstoot van 154 man: de duizelingwekkende...
- 24 juli 2026
Australische WK-ganger test positief op cocaïne na twee aanhoudingen op één avond
- 23 juli 2026
Balogun-zaak krijgt nieuw staartje nu Noorse bond FIFA beschuldigt van doofpot en...
- 22 juli 2026
Kaapverdische keeper Vozinha (40) tussen Rodri, Messi, Mbappé en Haaland in...

Meer artikelen





Drie Oranje-internationals staan op scherp in tweede WK-wedstrijd tegen Zweden

Mitch Marinus
Sportverslaggever

18 jun 2026 om 12:39
Update: 19 uur geleden

48 reacties

Delen

Drie Oranje-internationals staan zaterdag op scherp tijdens de tweede groepswedstrijd tegen Zweden op het WK. Bij een gele kaart zijn ze geschorst voor het afsluitende groepsduel met Tunesië.

Het geldt voor Micky van de Ven, Crysencio Summerville en Memphis Depay. Ze liepen in het eerste duel met Japan allemaal tegen een gele kaart aan.

Net als op voorgaande WK's zijn spelers geschorst bij twee gele kaarten. Op dit WK worden alle kaarten na de groepsfase kwijtgescholden. Vanwege de uitbreiding van het aantal deelnemende landen gebeurt dat na de kwartfinales opnieuw.

Nederland-Zweden staat onder leiding van scheidsrechter Michael Oliver. De Engelsman had zich eerder nog geblesseerd afgemeld voor zijn eerste WK-wedstrijd, maar is nu fit genoeg. Hij fluit voor de vierde keer een wedstrijd van Oranje.

De aftrap van Nederland-Zweden is zaterdag om 19.00 uur. De Zweden staan eerste in groep F na een 5-1-zege op Tunesië. Nederland heeft één punt na een 2-2-gelijkspel tegen Japan.

- Weer
- Tv-gids
- Wedstrijden
- Verkeer
- Spellen

Nieuws uit andere media

Log in en lees ook de artikelen uit de kranten

AD V P Trouw +6

Net binnen

- 14:01 Annemieke Schollaardt genezen verklaard na kankerdiagnose: 'Alle...
- 13:59 Groen licht voor wet tegen verheerlijken terrorisme: 'Moet...
- 13:50 194-jarige schildpad opgenomen als icoon in lijst van Guinness World...
- 13:43 Woensdag tot 8.00 uur geen openbaar vervoer, en geen schone...



Meest gelezen

1. Achter de klaslokaalhitte deze week schuilt een groter (en duurder)...
2. Na 24 uur zijn eerste scheurtjes in broos akkoord tussen VS en Iran al...
3. Autopsie wijst uit dat dood gevonden Frans meisje (11) is verkracht
4. Kind raakt gewond in krokodillenverblijf in VK, man...
5. Hakimi hoort tijdens WK dat hij voor rechter moet komen in...

Dal banner al carrello in un solo clic con **Direct2Basket.**

Lo vedi, ci clicchi ed è subito nel carrello. Direct2Basket elimina tutti i passaggi tra l'annuncio e la cassa, così comprare diventa facile quanto guardare.

Risultati

55.462 ADD-TO-BASKET
generati durante la campagna

Settimana	Add-to-baskets
settimana 24	7.952
settimana 25	8.450
settimana 26	11.429
settimana 27	8.932
settimana 28	9.193
settimana 29	9.506

Insight principale:
Nella settimana 26 era prevista una promozione da Albert Heijn. Anche se la promozione non si è poi svolta, le impressioni extra erogate in quel periodo hanno generato il numero più alto di add-to-basket.

Panoramica campagna

La variante Crackers ha ottenuto le performance migliori, con più add-to-basket e il CTR più alto.

	Crackers	Mini Crackers	Bakeroll
Impressioni erogate	5.665.455	1.170.208	896.894
Add-to-Baskets	41.481	8.182	5.799
CTR	0,73%	0,65%	0,63%

Risultati per retailer

La campagna ha registrato le performance migliori da Albert Heijn, dove sia Crackers che Mini Crackers hanno ottenuto i CTR più alti. Crackers è stato il gruppo di prodotto più performante presso tutti i retailer, per copertura e add-to-basket.

	AH		Jumbo			Plus		
	Crackers	Mini crackers	Crackers	Mini-crackers	Bakeroll	Crackers	Mini crackers	Bakeroll
Impressioni erogate	2.525.357	721.945	2.057.365	293.928	587.602	1.082.733	154.335	309.292
Add-to-Baskets	19.455	5.302	14.530	1.850	4.095	7.496	1.030	1.704
CTR	0,77%	0,73%	0,71%	0,63%	0,70%	0,69%	0,67%	0,55%

Risultati per target

La campagna ha raggiunto con successo i target selezionati in modo strategico. Il segmento Family Planner ha registrato la copertura più ampia e il livello di engagement più elevato. Anche i segmenti Social Millennial e Snacker Me-Time hanno contribuito positivamente alle performance della campagna, con un buon equilibrio tra copertura ed engagement durante il periodo dei Mondiali.

Target	Quota impressioni	CTR	Add-to-Baskets
Il Family Planner	45%	0,75%	25.923
Il Social Millennial	30%	0,70%	16.238
Lo Snacker Me-Time	10%	0,67%	5.181
Altro	15%	0,70%	8.120

TRY IT NOW



Tuc

JUMBO

voeg toe aan 

TRY IT NOW



Tuc

JUMBO

voeg toe aan 

TRY IT NOW



Tuc

PLUS

voeg toe aan 

TRY IT NOW



Tuc

PLUS

voeg toe aan 

Insight dell'A/B test

Durante la campagna è stato condotto un A/B test con due varianti di banner: il banner con la sola confezione del prodotto ha ottenuto il CTR più alto (0,81%), mentre la variante con il cracker TUC si è fermata allo 0,56%.

Questo dimostra che una creatività incentrata sulla confezione del prodotto è quella che ha funzionato meglio con il target.

Benchmark e risultati

La campagna ha superato le aspettative. Lo scenario prudente è stato ampiamente superato e, con un CTR dello 0,72% e 55.462 add-to-basket, la campagna si è avvicinata allo scenario realistico. Nonostante le promozioni da Albert Heijn e Jumbo non siano state realizzate, i risultati ottenuti sono stati eccellenti.

KPI	Prudente	Realistico	Risultato
CTR	0,63%	0,81%	0,72%
Add-to-Baskets	48.711	62.629	55.462

Riepilogo

Budget speso:

€ 30.000,-

Impressioni erogate:

7.734.375

CTR:

0,72%

Add-to-Baskets:

55.462

Dai il via alla tua campagna.

Contatti.



info@techads.nl



+31 (0)79-2033 074



Heerbaan 14, 4817 NL Breda



**“Investi nella tecnologia prima
che lo faccia il tuo concorrente.”**

Eduard Nandelall
CEO