



ONZE WERKWIJZE

De ambitie van de klant is ons startpunt. Wij formuleren een glasheldere doelstelling voor een succesvolle campagne. En dan starten we met blenden. Zorgvuldig kiezen we ingrediënten: de beste tools x effectief bereik. Zo maken we de mooiste mediamix. Onder continue monitoring en optimalisatie realiseren wij de het gewenste resultaat. En dat alles vlekkeloos, meetbaar en inzichtelijk. Dat noemen wij blenden.



DE CAMPAGNE

Welke zwangere of moeder wil dat nou niet? Een mooi stoptegoed winnen van het kwalitatieve baby- & lifestylemerk "Koeka"? Maar waar zou je dat dan aan uitgeven? Welke producten uit de nieuwe collectie zou jij dan kiezen?

FamilyBlend activeerde honderden moeders middels het inzetten van een **WINACTIE** op diverse grote moederplatformen. Zij werden gevraagd om in de webshop van Koeka te kijken en te kiezen aan welke producten zij het te winnen stoptegoed zouden willen besteden. Het resultaat van deze campagne: Kennis en likeability van de nieuwe collectie bij de target doelgroep, een betere top-of-mind brand awareness en een stimulering van trial en sales.



START

De doelstelling van Koeka is helder; bekendheid genereren van diverse items uit een nieuwe collectie en het genereren van trial en sales. Geen push-marketing, maar juist door authentieke herkenbare content enthousiasmeren en activeren tot aankoop.

BLENDEN

Tool:

FamilyBlend beschikt over diverse tools om doelstellingen te bereiken. In dit geval is er gekozen voor de inzet van een **WINACTIE**.

De looptijd van een winactie betreft 2 weken. Gedurende deze 2 weken wordt de volgende exposure gegenereerd:

Promoten winactie

- Dedicated pagina
- Homepage vermelding
- Facebook post
- Nieuwsbrief vermelding

Winnaar bekendmaking

- Vermelding op de dedicated pagina
- Remail naar alle niet winnaars met kortingscode

Passend bij de doelstelling van Koeka is er de volgende winvraag gesteld: *“Welk kleurenpalet van de nieuwste Koeka lijn wil je winnen en met welk ledikantlaken (en kleur) wil je deze combineren?”*. Hierdoor hebben honderden deelnemers de webshop van Koeka bezocht en is er uitgebreid gekeken naar de nieuwe collectie van Koeka.

Bereik:

FamilyBlend beschikt over vele platformen met als doelgroep zwangeren, en moeders met baby / peuter / kleuter of kind tot 12 jaar. Afhankelijk van de doelstelling en het beschikbare budget worden diverse passende moederplatformen ingezet. Hierbij adviseert FamilyBlend welke dit het beste kunnen zijn voor een optimaal resultaat. In het geval de campagne van Koeka, is er voor gekozen om de winactie op 5 verschillende grote interactieve moeder communities weg te zetten. Namelijk: Mamaplaats, Lady Lemonade, Boyslabel, Girlslabel en Babylabel.

RESULTAAT

Kwalitatief resultaat op Mamaplaats

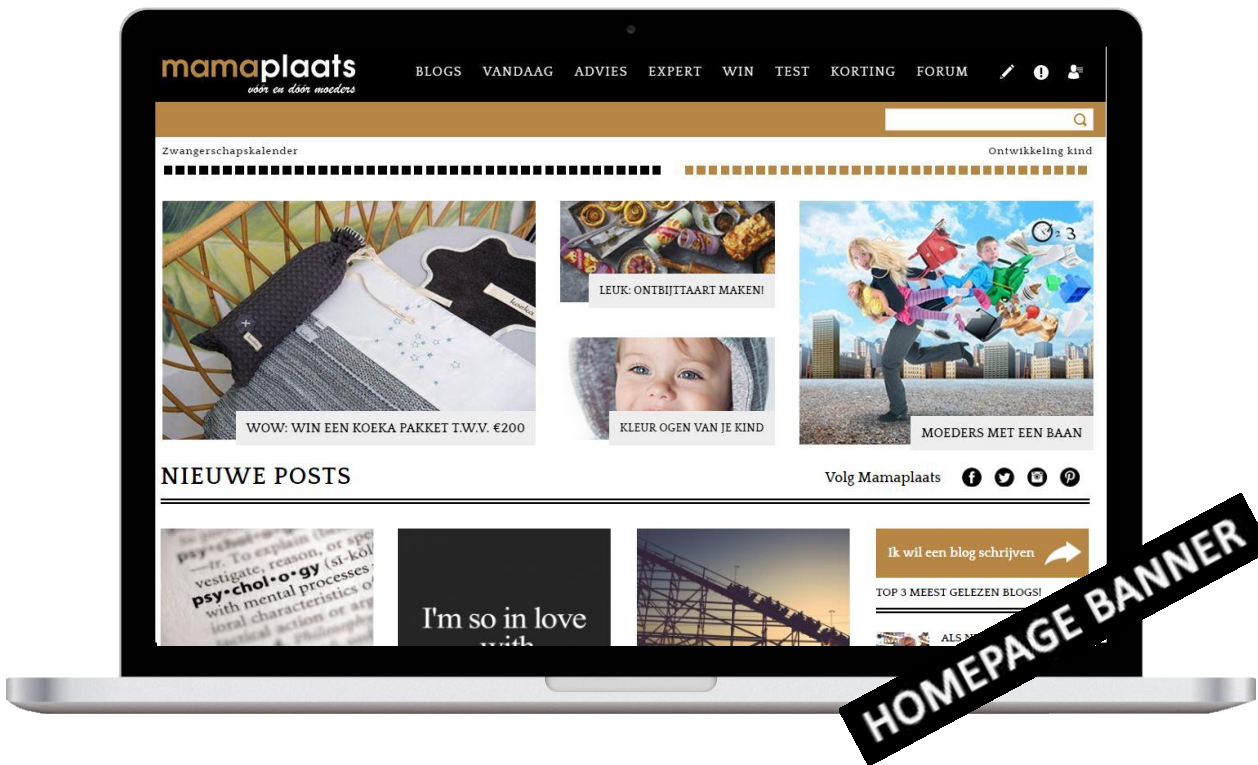
- De target doelgroep de nieuwe collectie laten ontdekken
- Vergroting van de likeability van de nieuwe collectie
- Een groot viral effect (mensen tippen elkaar)
- Winactie wordt door de doelgroep ervaren als sympathiek
- Top of mind brand awareness

Kwantitatief resultaat op Mamaplaats

- Dedicated paginaviews > 6.500
- Homepageviews > 25.000
- Nieuwsbrief opens > 11.500
- Facebookbereik > 33.000
- 639 deelnemers
- Totaal bereik winactie: > 76.500



CONTENT : UITINGEN WINACTIE KOEKA



SALES
sales@familyblend.nl
 030 295 02 00

PLANNING
planning@familyblend.nl
 030 295 02 00

FAMILYBLEND
info@familyblend.nl
 Maliesingel 38
 3581 BK Utrecht

