



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

Tijdens een actieperiode in een webshop, wil je maar 1 ding: dat zoveel mogelijk mensen uit jouw doelgroep deze actieperiode opmerken en zullen gaan kopen. Dat was ook de wens van Albert Heijn, tijdens hun actieperiode genaamd “hamsterweken”, met als focusdoelgroep: jonge moeders.

FamilyBlend adviseerde Albert Heijn om om een breed publiek te bereiken, via de effectieve tool ‘NIEUWSBRIEF’ van diverse grote moederplatformen.



START

De doelstelling van Albert Heijn is helder; aandacht genereren van de actie periode “hamsterweken” en het genereren van trial en sales.

BLENDEN

Tool:

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

Afhankelijk van het budget werden diverse databases van relevante moederplatformen gebruikt, om de boodschap op te vertalen.

De mogelijkheid van het inzet is tweeledig:

- Dedicated nieuwsbrief; Volledige nieuwsbrief gewijd aan de adverteerder.
- Nieuwsbrief item; Een onderdeel uit de nieuwsbrief gewijd aan de adverteerder.

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 databases van passende moederplatformen ingezet. Hierbij adviseert FamilyBlend welke dit het beste kunnen zijn voor een optimaal resultaat.

In het geval de campagne van Albert Heijn, is er voor gekozen om de actieperiode “hamsteren” te communiceren via 5 verschillende grote moeder databases, waarvan in de visuals het platform www.mamaplaats.nl is uitgelicht.

RESULTAAT

Kwalitatief resultaat

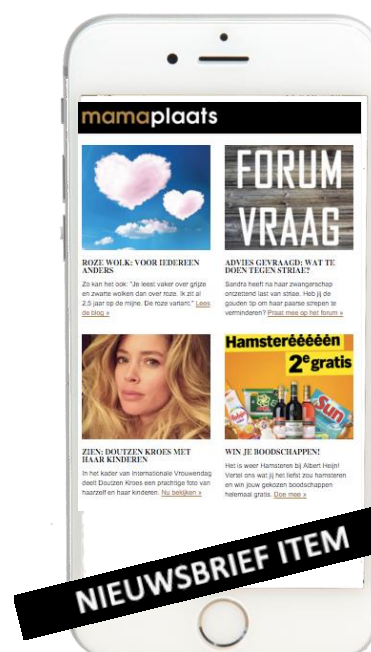
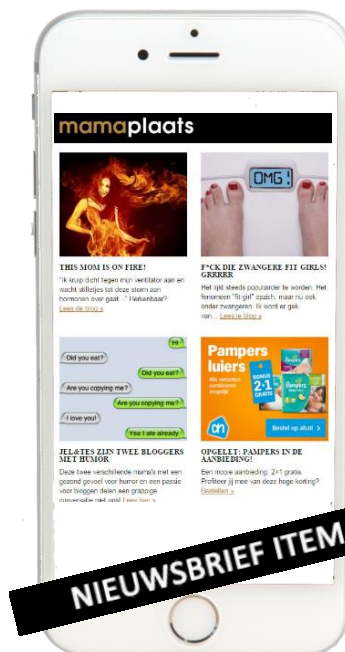
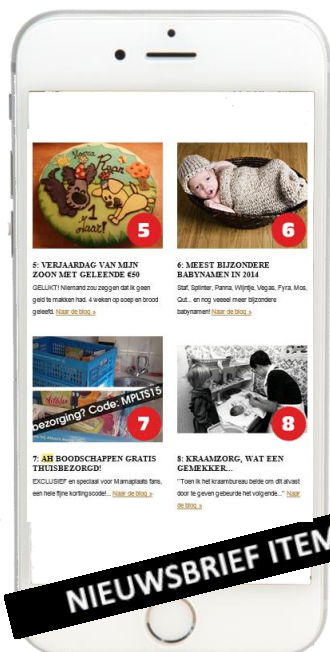
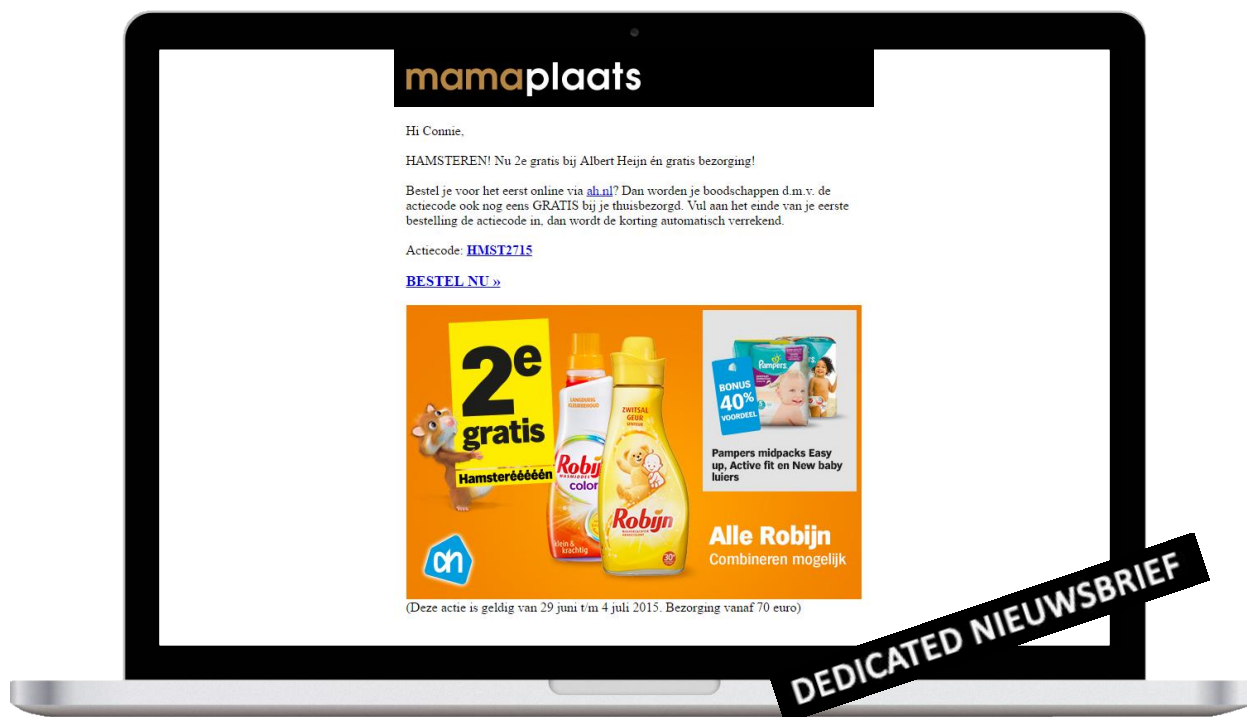
- De target doelgroep de actie “hamsteren” laten ontdekken
- Overdragen van de voordelen van de “hamsterperiode”
- Een groot viral effect (mensen tippen elkaar)
- Kennisoverdracht van een aantal grote concrete actievoordelen

Kwantitatief resultaat op Mamaplaats

- Duizenden moeders bereikt
- Sales



CONTENT : UITINGEN NIEUWSBRIEF PROMTIE ALBERT HEIJN



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

FAMILY
BLEND