EURO ARGUS
INSITES ea
20577

auxipress
Media Monitoring & Analyses

Bizz (nl)
01.05.2010 Circulation: 21734 22b5f6
Page: 8 174



DE CONVERSATION MANAGER

Branded utility in de praktijk

Hoe moeten merken converseren met hun klanten? Elke maand bespreekt Steven Van Belleghem, managing partner van Insites Consulting en auteur van De Conversation Manager, een actuele case.

Branded utility is een van de nieuwe buzzwords uit de recente marketing-geschiedenis. Het komt neer op een engagement van het merk om de relatie met de consument te versterken. De kern van branded utility zijn acties met een onmiddellijk nut voor de consument. Op die manier ontdekt de klant de toegevoegde waarde van het merk. Dat versterkt de relatie en zorgt voor positieve mond-tot-mondreclame. Een mooi theoretisch concept, maar niet altijd makkelijk om in de praktijk te brengen. Audi paste het onlangs mooi toe tijdens de lanceringscampagne van de nieuwe A1. Vlak bij het strand van Barcelona, onder een stralend blauwe hemel, bouwden ze een openluchtshowroom en testcircuit. Op het circuit lieten de Audi-rijders de auto's spinnen, 360 graden draaien, op twee wielen rijden ... Honderden mensen stonden aan te schuiven om een testrit met een van de rijders mee te maken. Daarnaast waren er verschillende paviljoenen waar consumenten de auto konden bewonderen, spelen met een *car configurator* enzovoort. Zo'n toplocatie gekoppeld aan een unieke belevenis leidt tot veel positieve mond-tot-mondreclame.



www.deconversationmanager.eu



©AuxiPress s.a./n.v.