

MEDIALAAN



FAMILIE & NIEUW LEVEN

PARTNERSHIP DASH

Sofie Rutgeerts

Advertising Research 2015





Het partnership

Dash & Familie / Nieuw Leven



Dash wil over generaties heen relevant zijn: **affiniteit** creëren met jonge koppels en de **connectie** bij gezinnen met kinderen versterken.



Dankzij het partnership met Familie en de **webisode** Nieuw Leven schrijft Dash mee aan het **verhaal** van gezinnen uit verschillende generaties. Dash is onmiskenbaar een **onderdeel** van nieuw leven en de tips die van generatie op generatie worden meegegeven.



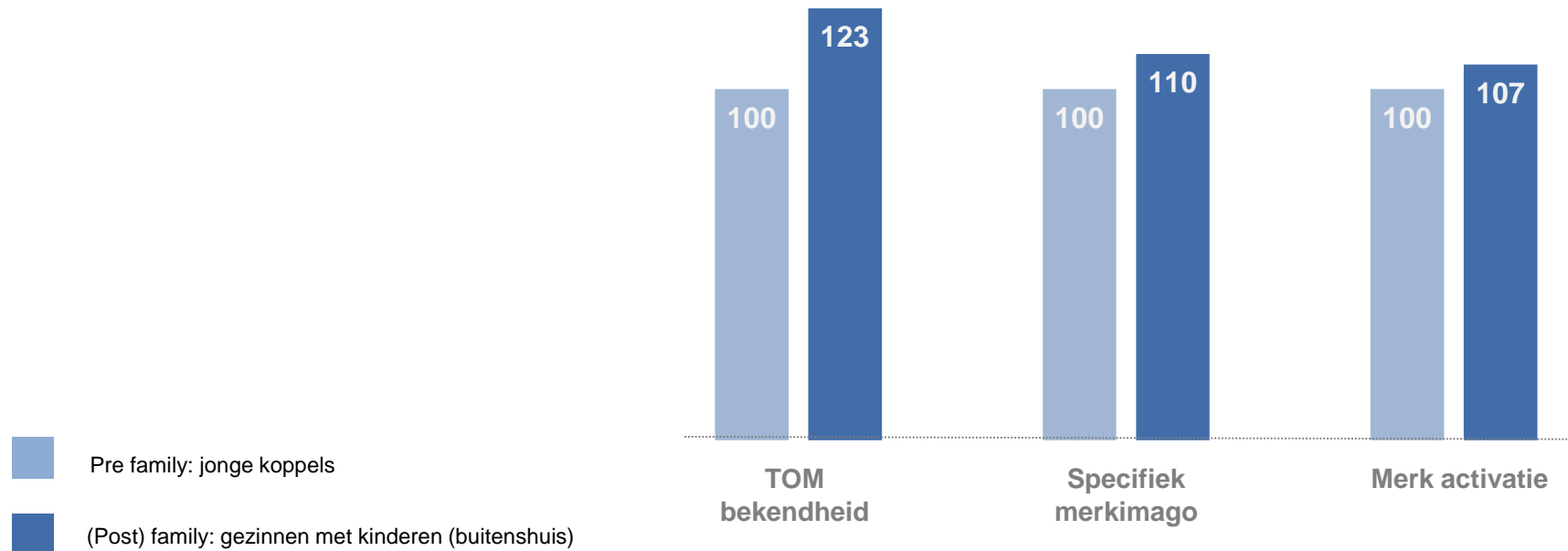
Het partnership

Dash & Familie / Nieuw Leven



1 jonge koppels hebben meer **affiniteit** met Dash dankzij de campagne

De brand uplift van Dash (index)





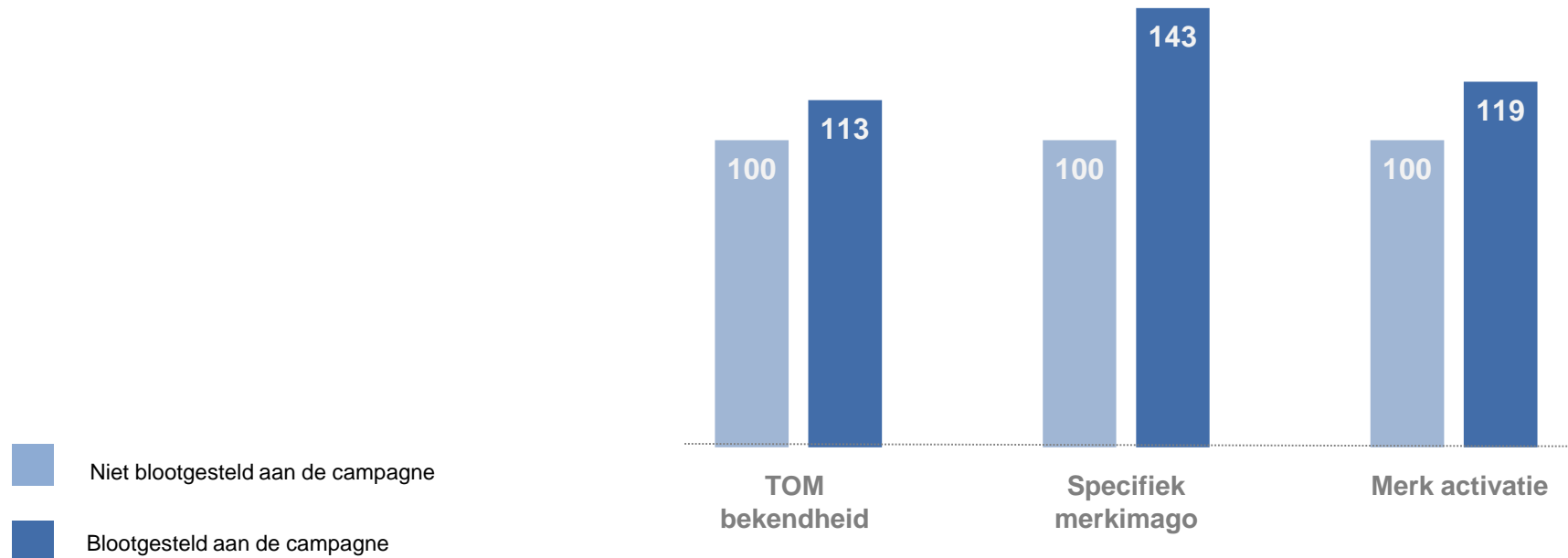
Het partnership

Dash & Familie / Nieuw Leven



2 de **connectie** met gezinnen is steker geworden

De brand uplift van Dash (index)





Het partnership

Dash & Familie / Nieuw Leven



“De SPIM+ rond het partnership van Dash in Familie en Nieuw Leven brengt een positief verhaal met een rijkdom aan inzichten. Bij het uitwerken van volgende campagnes binnen P&G is MEDIALAAN top-of-mind als media partner.”

Pauwel De Smedt, BM Fabric Care Local Jewels Europe, Proctor & Gamble

Het partnership werd bekroond met een AMMA voor **Best Media Strategy of the Year 2015**.

1 Jonge koppels hebben meer **affiniteit** met Dash dankzij de campagne

2 De **connectie** met gezinnen is steker geworden

Webisodes, gelinkt aan een gevestigd TV programma laten Dash toe om voor beide doelgroepen relevant te zijn.

Sofie Rutgeerts
Advertising TV & Online Researcher

sofie.rutgeerts@medialaan.be

T: +32 2 255 33 13
M: +32 486 93 60 39



MEDIALAAN

