

RIJKER DAN JE DENKT?

PARTNERSHIP 2DEHANDS.BE

MEDIALAAN





Het partnership

2dehands.be & Rijker dan je Denkt?



De grootste zoekertjessite van België wil bezoekers **vaker** naar de site krijgen en anderen overhalen om het platform te **bezoeken**.

De campagne heeft als doel om een **tweedehands.be-reflex** te vestigen.



Dankzij het partnership van Rijker dan je Denkt? stimuleert tweedehands.be de **kijker** om zelf verborgen schatten te verkopen of op de kop te tikken. Je bent rijker dan je denkt!



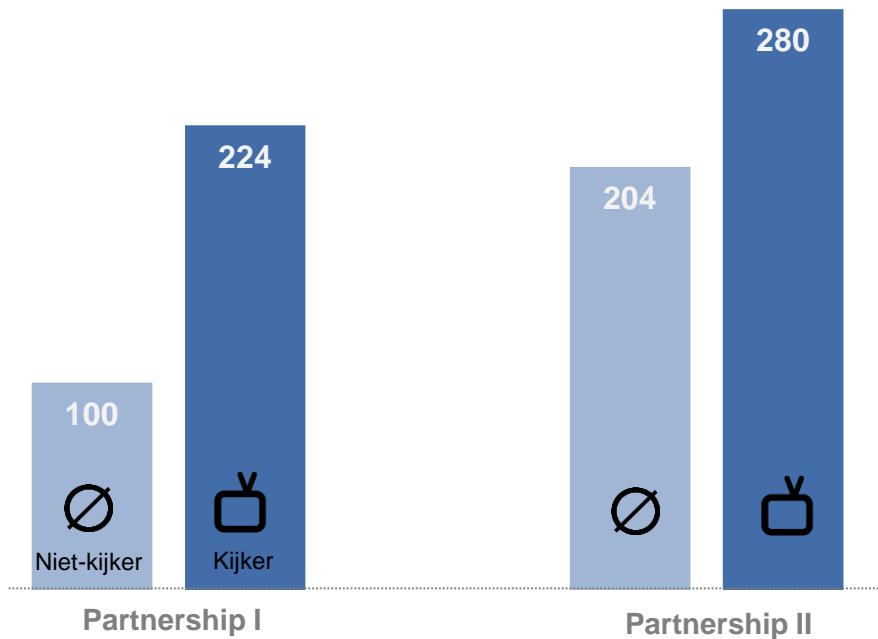
Het partnership

2dehands.be & Rijker dan je Denkt?



1 **continuïteit** werkt - het tweede partnership behaalt nog betere resultaten dan het eerste partnership

De sterkte van het **imago** van tweedehands.be (index)





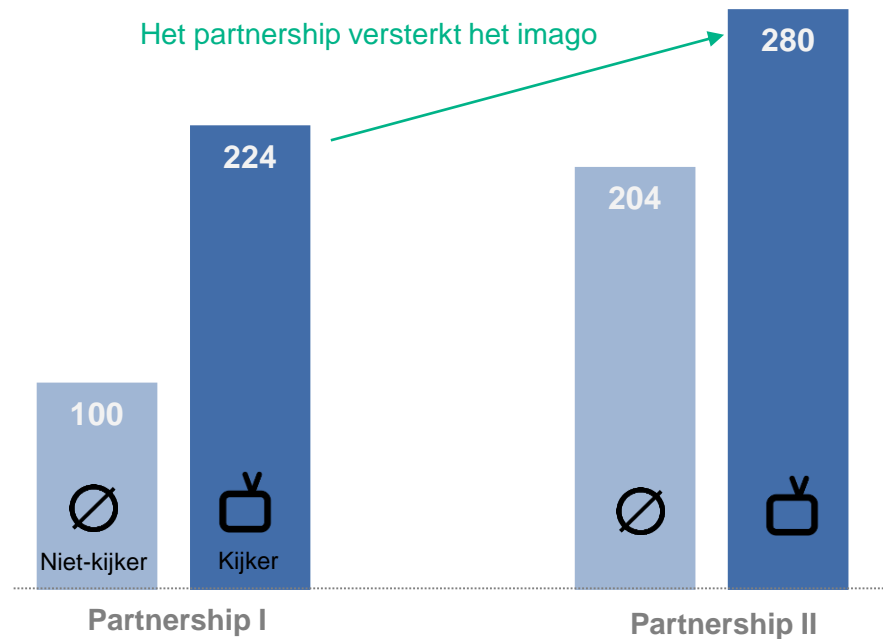
Het partnership

2dehands.be & Rijker dan je Denkt?

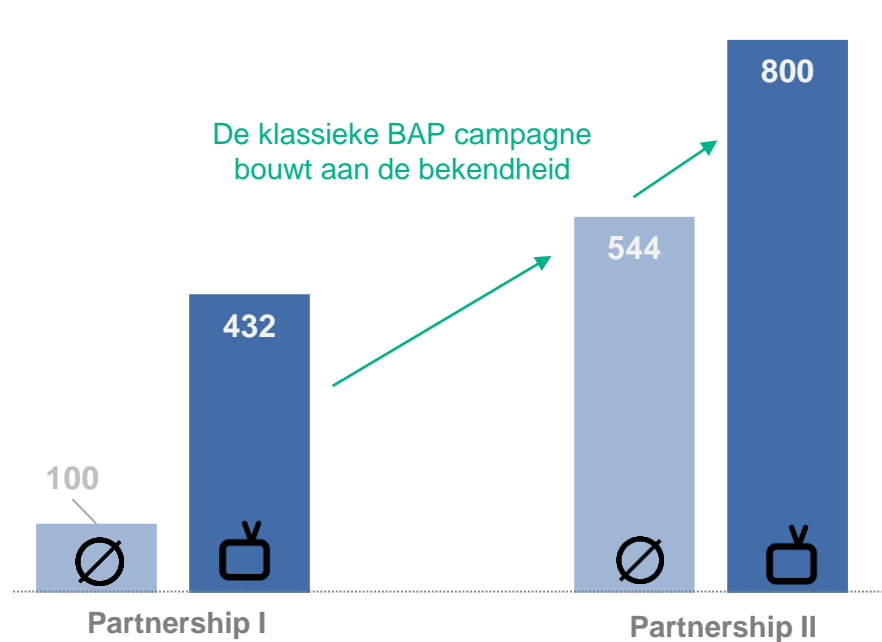


2 de *klassieke* BAP campagne is **complementair** aan het partnership in Rijker dan je Denkt?

De sterkte van het **imago** van tweedehands.be (index)



De sterkte **bekendheid** van tweedehands.be (index)





Het partnership

2dehands.be & Rijker dan je Denkt?



“Voor een merk als tweedehands.be is het niet voldoende om te investeren in SEA. Om als merk echt te groeien, moeten we mikken op bekendheid en imago. Dat lukt nog steeds het best met televisie.” Petra Baeck, Head of Marketing & Customer Service 2dehands.be

- 1** **continuïteit** werkt - het tweede partnership behaalt nog betere resultaten dan het eerste partnership
- 2** de *klassieke* BAP-campagne is **complementair** aan het partnership in RDJD - BAP & bekendheid, sponsoring & imago
- 3** de verschillende elementen van het partnership hebben elk hun **waarde**
de overlay stimuleert de herkenbaarheid de integratie verhoogt de relevantie de billboard leidt de impact de jingle activeert

Sofie Rutgeerts
Advertising TV & Online Researcher

sofie.rutgeerts@medialaan.be

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



MEDIALAAN

