

THE VOICE KIDS

PARTNERSHIP CHOCO! CHOCO!

MEDIALAAN





# Het partnership

## Choco! Choco! & The Voice Kids



Choco! Choco! wil zich in de markt van chocomelk vestigen. Een groei in **merkbekendheid** en de **aankoopintentie** genereren zijn de objectieven.



Dankzij het partnership in The Voice Kids bereikt Choco! Choco! een **breed** publiek waar kinderen een belangrijk aandeel vormen. De verschillende versies van de billboard en de online pre-roll tonen hoe je de chocomelk kan drinken.

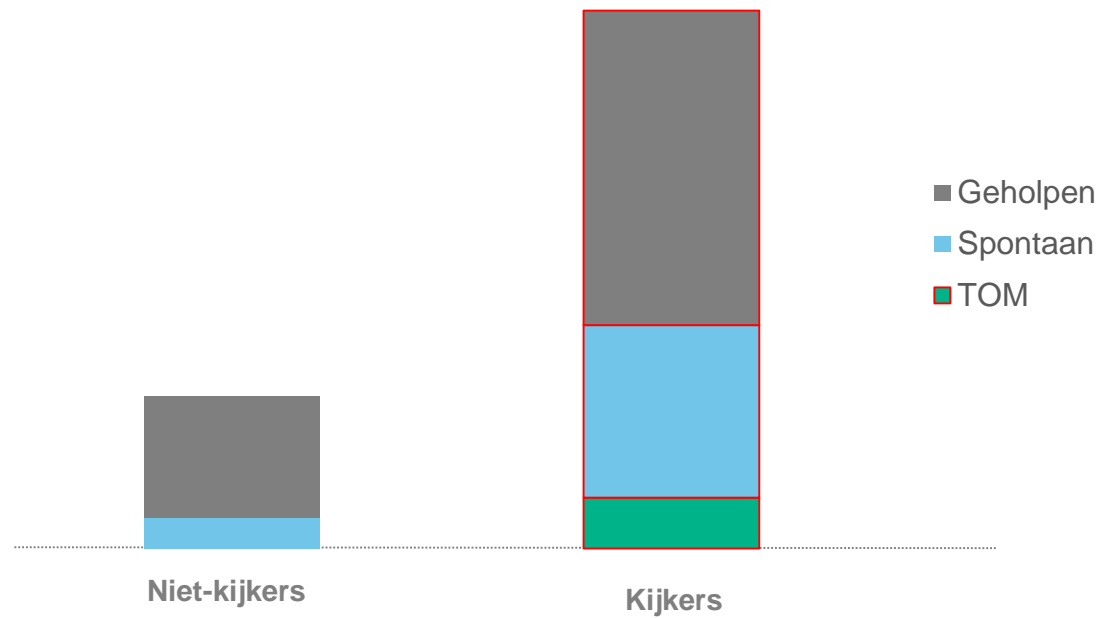


# Het partnership

Choco! Choco! & The Voice Kids



1 de bekendheid krijgt op **elk niveau een stevige impuls**



Sign verschil tov **niet-kijkers**

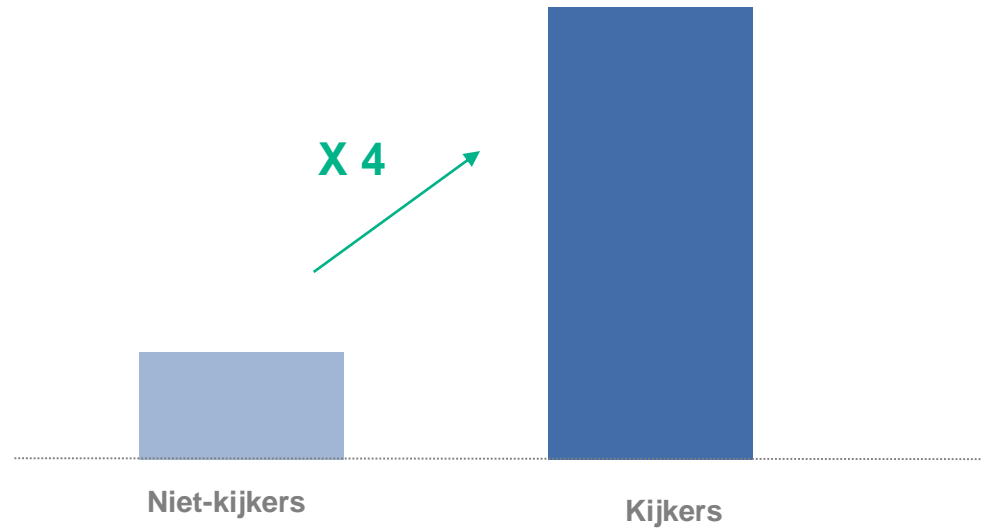


# Het partnership

Choco! Choco! & The Voice Kids



2 de aankoopintentie stijgt aanzienlijk





# Het partnership

## Choco! Choco! & The Voice Kids



*“We zijn ervan overtuigd dat het partnership van Choco! Choco! een belangrijke eerste stap is om het merk op het netvlies van de consument te krijgen.”* Gerd De Kee, Marketing Manager, Milcobel

1 de bekendheid krijgt op **elk niveau een stevige impuls**

2 de aankoopintentie stijgt aanzienlijk

Een populair tv-programma zoals The Voice Kids laat Choco! Choco! toe om op enkele weken tijd een sterke stimulans te geven aan het merk.

Sofie Rutgeerts  
Advertising TV & Online Researcher

[sofie.rutgeerts@medialaan.be](mailto:sofie.rutgeerts@medialaan.be)

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



MEDIALAAN

