

Case: Notion Technologies

Opdracht: Werk een B2B-evenement uit en denk aan paid/owned/earned media.

L'Oréal nodigt de kappers uit die hun productlijn gebruikt en verkoopt aan klanten.

Paid media

- Folders om de kappers op de hoogte brengen van het evenement.
- Uitnodiging versturen in de vorm van een shampoofles.
- De locatie waar het evenement zal plaatsvinden.
- Gratis staaltjes die worden uitgedeeld in een goodiebag.

Earned media

- Persbelangstelling
- Omzet dankzij de verkoop
- Swarm: Kappers die op het evenement aanwezig zijn, kunnen zich op Swarm inchecken.

Owned media

- De website van L'Oréal zelf.
- Sociale media: Facebook, Instagram, Twitter...
- Hashtag gebruiken: #WJBDK = Want je bent de kapper.

Social media

De klanten van de kappers die L'Oréal gebruiken.

Belemmeringen

Het is een traditioneel beroep, dus is het inzetten van nieuwe media heel moeilijk. Anderzijds zijn kappers die contracten hebben met andere merken, zullen moeilijker te overtuigen zijn om voor L'Oréal te kiezen.

Experience

Kappers mogen de nieuwe producten meteen uittesten op modellen die aanwezig zullen zijn. Er zal een styling plaatsvinden met de nieuwe producten. Het is een goede manier om de kappers te overtuigen van de kwaliteit en de effectiviteit van de nieuwe productlijn.



Camille De Breuck, Charlotte Dekeyser,
Lisa Van Roy, Romina Messagie,
Ilham Bourabouaa, Thomas Petidis