

NIEUWS

Nieuwe media first campagne voor de Volkswagen up! beats.

VOLKSWAGEN



TESSA STALLINGA 20 JUN 2018

Volkswagen heeft een media first met de Volkswagen up! beats. Met behulp van dynamische digital OOH hebben ze concertgangers op de route naar en vanaf de concertlocatie getarget met de boodschap dat ze een pre- of afterparty hadden kunnen hebben met het Beats audiosysteem!

MediaCom en Fresh Fruit Digital hebben met Spotify geïdentificeerd welke artiesten het meest beluisterd worden door de Volkswagen up! doelgroep. Vervolgens is er gekeken welke van die artiesten dit jaar nog optreden in de Amsterdam Arena of Ziggo Dome en welke route deze concertgangers afleggen, op basis van cellular data. Omdat mensen die vanuit Noord-Brabant vertrekken eerder de deur uit moeten start de campagne in die regio

eerder dan in de directe omgeving van Amsterdam. Zo worden concertgangers tijdens hun reis naar de concertlocatie continue gevolgd, zowel over de weg als op het spoor. Tijdens het concert stopt de campagne om vervolgens na het concert weer verder te gaan met een afterparty boodschap en natuurlijk de objecten die je op de terugweg tegenkomt.

In samenwerking met Kinetic kunnen er 323 verschillende locaties ingezet worden, waaronder masten langs de snelweg, schermen op de trein en metro stations en in de parkeergarage bij de concertlocatie. Naast de DOOH schermen is ook Spotify en Facebook op dezelfde geo targeting principes ingezet worden.

De campagne is een media first door de combinatie van de elementen:

1. Programmatic DOOH ingekocht
2. Dynamische creatie
3. Op basis van het verplaatsingsgedrag van concertgangers dat op basis van historische data (cellular data) wordt voorspeld.
4. In combinatie met Spotify en Facebook, veel gebruikt onderweg.

De campagne is gestart op dinsdag 19 juni.

VOLKSWAGEN