



AXA WAAKT OVER DE BELGISCHE STRANDEN

Het is zomer! De Belgen genieten van de vrijetijdsactiviteiten die onze mooie Noordzeekust te bieden heeft... Hoe kunnen we het publiek sensibiliseren voor de gevaren van het strand?

ZOMER 2019



ONZE KLANT & ZIJN ACTIVITEIT

AXA Belgium biedt verzekeringsproducten aan, afgestemd op de behoeften van de burgers. De adverteerder is een cruciale speler op het vlak van preventie. Bescherming zit in zijn DNA en dat vertaalt zich dagelijks in concrete acties.

SENSIBILISERINGSACTIE

**DE DOELGROEP: 18-54 JAAR
(FOCUS OP 25-54)**

DE UITDAGING

Tijdens deze zomerperiode heeft de adverteerder een tweevoudige wens:

- de goede raad van AXA Belgium meedelen aan de vakantiegangers en levensreddende reflexen meegeven;
- de samenwerking tussen AXA Belgium en de strandredders aan de Noordzeekust in de kijker plaatsen.

DE DOELSTELLINGEN

Vakantie is uiteraard synoniem met ontspanning!

Het doel is dus een duidelijke en krachtige boodschap over te brengen, die de aandacht van het publiek trekt, zonder 'belerend vingertje'. De preventietips moeten breken met de gebruikelijke vervelende en moraliserende 'preken'.

Vandaar het idee om een sensibiliseringscampagne op een humoristische toon te voeren!



DE STRATEGIE

Productie van 5 video's, een slimme mix van 'Faux Contact' en 'Alerte à Malibu', waarin Pablo Andres (agent Verhaegen) en andere acteurs de AXA-boodschappen met humor brengen:

- AXA-sponsoring van de video's op La Une, La Deux en Auvio;
- AXA-sponsoring van het weerbericht op La Une, La Deux, Auvio, rtbf.be en AB3;
- Videocontent gedeeltelijk op de Facebook- en Instagram-accounts van Pablo Andres;
- Gebruik van de video's door AXA in 'paid campaign' op Facebook.

**CELEBRITY
MARKETING**



48%

TV COVERAGE 25-54

VIDEO SÉQUENCES +
METEO SPONSORING

94%

COMPLETE VIDEO
COMPLETION RATE

VIDEO SEQUENCE
ON AUVIO

DE RESULTATEN

Balans video's RTBF

- 38% coverage TV (25-54)
- 12.742 imps Auvio

Balans sponsoring weerbericht

- 30% coverage TV (25-54)
- 81.453 imps Auvio + rtbf.be

Facebook P. Andres (average post)

- Reach : 255k
- Nbr views : 118k

Facebook paid (average post)

- Comments : 1.110

BESLUIT

De AXA-case onderscheidt zich zowel door een brede dekking (mix TV/web/social media) als door een impact die sterk gekoppeld is aan de formatkeuze. De video completion rate op Auvio, de reach van de Facebook-posts van P. Andres (boven het gemiddelde) en de engagement rate bij de betaalde campagne zijn drie succesindicatoren.

MEER INFO?

Bel uw gebruikelijke contactpersoon of neem contact op met Dimitri Lemmens, Head of Content & Creativity:
d.lemmens@rmb.be ; Tel : 02 / 730 45 28

