



BOOMERANG

Case Vitakraft



Met veel plezier zetten we deze campagne in het zonnetje.

Doelstelling

- 1 Meer naamsbekendheid voor Vitakraft onder honden- en kattenbezitters.

Doelgroep

- 2 Alle honden- en kattenbezitters in Nederland die Vitakraft nog niet kennen.

Waarom Boomerang

- 3 Wij hebben voor Boomerang gekozen omdat we onze doelgroep op een verrassende manier wilden bereiken. Op een plek die je niet zo snel zou verwachten. Vitakraft is een leuk en vrolijk merk wat voor kwaliteit staat, dit zagen we ook terug in de werkwijze van Boomerang. Daarom zijn we een samen- werking gestart.

Over de samenwerking

- 4 Boomerang heeft ons zeer goed geholpen in het samenstellen van de juiste mix (viltscards/cards/posters) rekening houdend met het budget. Eerlijk en oprecht advies over de tekst en de visual zijn zeer belangrijk geweest in de ontwikkeling. Ook de snelheid waarmee gewerkt is is echt uniek! Boomerang zat er bovenop en heeft ons erg geholpen met het nemen van beslissingen. Middelenukeuze
- 5 Als je het doet, doe het dan goed. We wilden een sterke campagne neerzetten die niet over het hoofd gezien kon worden. Juist de combinatie van verschillende mediatypen maakt de impact van Boomerang zo groot.

Astrid Peters, Marketing Communicatie Specialist Vitakraft Nederland:

“Boomerang is eerlijk, creatief en snel. Wat heeft geresulteerd in een ontzettend gave campagne die op allerlei manieren mensen met Vitakraft kennis heeft laten maken.”