



Roularta Media Group en Keytrade Bank kunnen het uitstekend met elkaar vinden bij de organisatie van de Beleggerscompetitie. Met de editie van 2014 werd een nieuw deelnemersrecord gevestigd.

ROULARTA & KEYTRADE BANK, EEN PARTNERSHIP VOL VERTROUWEN

Een virtuele som geld van 100.000 euro waarmee je in twaalf weken tijd aandelen, trackers en turbo's kunt kopen: dat is de opzet van de Beleggerscompetitie, een ietwat ongewone wedstrijd, die ook dit jaar duizenden deelnemers in de ban hield. Bij de editie van 2014 vielen twee Hyundai-auto's en acht Samsung Galaxy III-tablets te winnen.

ISMAËL COLEN, Account Manager Finance Roularta Media, is tevreden over het evenement: "Dit is de zevende editie in samenwerking met Keytrade Bank. Ons voornaamste doel is telkens om een virtuele beursomgeving te creëren waarin de deelnemers zonder risico's kunnen leren investeren of zich daarin verder kunnen bekwamen. De aparte categorie voor studenten bleek dit jaar bijzonder succesvol, met 30% van de deelnemers ofwel een kleine 10.000 deelnemers (8657). In totaal namen ruim 27.000 mensen deel."

Het succes van deze wedstrijd geeft volgens Colen aan dat de mentaliteit aan het veranderen is. "Mensen zijn op zoek naar andere beleggingsalternatieven. De beurs is uiteraard een grote stap om te zetten, maar Roularta Media heeft genoeg mediadragers in huis om iedereen zo goed mogelijk te informeren." Keytrade Bank staat trouwens voor dezelfde uitdaging, want ook zij biedt via verschillende kanalen tools aan die de klant helpen om met kennis van zaken te kunnen beslissen.

We noteerden ook een recordaantal gemiddelde transacties per week. Colen: "Dit is geen wedstrijd waarin



OLIVIER DEBEHOEGNE, SALES & MARKETING DIRECTOR KEYTRADE BANK

je zomaar eventjes snel instapt. De deelnemers hebben allerlei verschillende achtergronden. Een van de winnende studenten is een jonge architect. Uiteraard hebben veel deelnemers al flink wat ervaring op financieel gebied, maar meer dan de helft heeft weinig tot zeer weinig ervaring. Afhankelijk van het profiel van de deelnemers hebben we gemerkt dat de mensen die het meeste risico namen de beste scores haalden. Deelnemers die informatie gingen zoeken in tijdschriften en onlinemediën in plaats van op sociale netwerken en bij vrienden, behaalden ook betere resultaten."

Met dit partnerschap gaat de Beleggerscompetitie verder dan een gewone reclamecampagne: ze combineert een aantal gezamenlijke doelstellingen van Trends en Keytrade Bank. "Door (toekomstige) beleggers deze unieke ervaring te bieden, begeleiden we ze bij hun eerste stappen in de beurswereld of bij het verruimen van hun ervaring", aldus Ismaël Colen.

KEYTRADE BANK: FINANCIËLE VORMING

Met dit soort wedstrijden kan Keytrade Bank uiteraard aan haar imago werken én tegelijk potentiële klanten aantrekken. Olivier Debehogne is Sales & Marketing Director bij Keytrade Bank.

Wat levert de Beleggerscompetitie Keytrade op?

OLIVIER DEBEHOEGNE: "Als hoofdsponsor van dit initiatief vinden we deze wedstrijd van fundamenteel belang voor Keytrade Bank, die vijftien jaar geleden is ontstaan uit de trading. Het leek ons vanzelfsprekend om mee te doen. Het is daarbij onze ambitie om mensen meer interesse in de beurs te doen krijgen, maar wel in hun eigen tempo. De wereld van de beurs kan ingewikkeld lijken. Dit soort wedstrijden kunnen helpen om de beurs op een realistische en speelse manier te demystificeren. Ongeveer 15 tot 20% van alle deelnemers is klant van Keytrade. Met deze wedstrijd bereiken we dus veel mensen die niet vertrouwd zijn met de beurs, waaronder ook heel wat studenten."

ROULARTA EN WIJ HEBBEN

HETZELFDE DOEL: DE BEURS DEMYSTIFICEREN EN TOEGANKELIJK MAKEN.

Olivier Debehogne, Sales & Marketing Director Keytrade Bank

Wat zijn de voordelen en pluspunten van jullie samenwerking met Roularta?

"Financiële vorming is bij Keytrade een bijzonder belangrijk element, en dat hebben we ook via de Beleggerscompetitie kunnen overdragen. Roularta en Keytrade vullen elkaar echt goed aan en streven een gemeenschappelijk doel na: de beurs demystificeren en toegankelijk maken. Roularta is een betrouwbare partner. Na elke editie nemen we de tijd om samen in detail alle resultaten van de competitie te analyseren: het aantal deelnemers, het soort producten waarop is ingeschreven, het aantal transacties,... Zo kunnen we de hoofdlijnen voor het volgende jaar uitzetten."

Wat werd er deze keer vernieuwd in de competitie?

"De turbo's zijn toegevoegd, er kwam een apart klassement voor studenten, de timing van de wedstrijd werd aangepast om rekening te houden met de examenperiode, er kwam een quiz op de website, de prijzen zijn geoptimaliseerd,... Allemaal puntjes die we konden uitwerken en verwezenlijken dankzij ons partnerschap. De samenwerking verloopt zeer prettig, beide partijen kunnen zich echt inleven in de belangen van de ander. Roularta staat bekend om haar tijdschriften met kwaliteitsvolle inhoud. Samen spannen we ons in om beleggingen en de financiële wereld echt toegankelijk te maken." ¶



ISMAËL COLEN, ACCOUNT MANAGER FINANCE ROULARTA MEDIA

Ook geïnspireerd?

Dan brainstormen wij binnenkort samen met u om een creatieve actie op uw maat te ontwikkelen. Plaats uw merk in de schijnwerpers door gebruik te maken van onze sterke mediamerken en hun crossmediale platformen. Uw marketingexperten ontwikkelen met ons team een originele campagne die uw doelgroep recht in het hart treft. Contacteer Ismaël en leg de eerste bouwsteen van een geslaagde actie met ROI.

Ismaël Colen

Account Manager Finance
+32 2 467 58 31
ismael.colen@roularta.be

LA FABRIQUE
à IDÉES
DE IDEEËNFABRIEK

Roularta
Media

Attention garantieed.