



LA FABRIQUE À IDÉES DE IDEEËNFABRIEK

DE AFDELING VOOR SPECIALE PROJECTEN VAN ROULARTA MEDIA

CASE / Club Med

CONTEXT

Club Med wil zijn naambekendheid nog meer versterken in het noorden van het land. Het merk is goed ingeburgerd in het zuiden van België, maar Club Med is minder top of mind bij Nederlandstaligen. Hoog tijd om hier verandering in te brengen via een impactvolle en creatieve actie.

ONZE AANBEVELING

- Bouwen op het sterke merk van de Knack Weekend Black Issues.
- Wij hebben ons laten inspireren door de cityguides, en hebben dus voorgesteld aan Club Med om een 'reizszakboek' te maken. Volgende waarden vormen de grondslag van dit project: een sterk merk, sterke content, een mooi object.



CONCEPT

1



Een **Mini Black** 'content marketing' gerealiseerd door onze afdeling Roularta Custom Media, helemaal opgemaakt volgens de **lay-out van Knack Weekend Black**, met identiek papier en cover, 52 pagina's, formaat A5, rechte rug.

A



B

138.000 exemplaren werden onder blister verdeeld bij Knack Weekend Black Mode eind augustus 2012.

- **Actie in de boekhandel:** hier werd het magazine achteraan in het pakket voorzien + vermeld op het promotionele karton van het pakket.
- **Bij de abonnementen:** gekleefd op de cover van Knack.



C

Communicatieplan: advertentie in Knack Weekend de week voor het modenummer, online ads + link naar de testimonials en video.



Knack

Club Med

Ongeacht of u Club Med kent, in welke mate gaat u akkoord met elk van de volgende stellingen?*

In welke mate DENKT u dat deze van toepassing zijn op Club Med?

	Helemaal akkoord	Eerder akkoord	Eerder niet akkoord	Niet akkoord
Een Club Med vakantie is enkel interessant voor mensen die willen sporten op vakantie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med eet je altijd hetzelfde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med is het mogelijk om rust te vinden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mensen die op vakantie gaan met Club Med zijn niet geïnteresseerd in de lokale cultuur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med kan je lekker met 2 tafelen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med voel je je verplicht om mee te doen aan groepactiviteiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij Club Med spreekt men Nederlands	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Volgende

Een **pre-enquête** werd per e-mail uitgestuurd naar een streng geselecteerde doelgroep van 5000 online adressen. Het doel was het **reisgedrag van onze lezers** in kaart te brengen en meteen ook te peilen naar hun oordeel over Club Med.

2

RESULTATEN / EEN SCHOT IN DE ROOS

Hierbij vindt u de resultaten van de post-enquête die werd gevoerd een week na de verschijning van de Mini Black.

Knack weekend Vakantie-enquête deel 2

Het minimagazine

Vorige week woensdag werd bovenstaand minimagazine geleverd samen met Knack.

Heeft u dit minimagazine gezien? *

(Het betreft één van speciale bijlage rond het thema 'vissen')

Ja Nee

Volgende

POST SURVEY :

Ik heb de Mini Black gezien	89%
Ik heb hem helemaal of gedeeltelijk gelezen of doorbladerd	84%
Ik houd hem bij	40%
Ik vind hem (heel) interessant	57%
Ik vind dit een goed idee	76%
Dit bevestigt of geeft een positief imago van Club Med	66%
Voor herhaling vatbaar	54%

Online bevraging uitgevoerd door Roularta research bij 1640 Knack-lezers in september 2012.

CONTACT

FABIENNE DEWILDE - PROJECT MANAGER CROSSMEDIA
fabienne.dewilde@roularta.be | T +32 2 467 57 73

IN SAMENWERKING MET DOMINIQUE DECLERCQ, CLUB MED
 EN AEGIS MEDIA.

LA FABRIQUE
 À IDÉES
 DE IDEËNFABRIEK