



Content is king, ook voor bouwers en verbouwers. Belisol, marktleider in België voor het plaatsen van ramen en deuren, vond in *Ik ga Bouwen & Renoveren* de perfecte partner. De samenwerking resulteerde in een koprol-editie van *Ik ga Bouwen & Renoveren* met een dubbele cover, twee leesrichtingen en 40 pagina's extra content.

TOP OF MIND

MET EEN KOPROL

Belisol zet sterk in op verhalen, reportages, inspiratie. "Gewone advertenties volstaan niet om ons verhaal te vertellen. Wij zijn niet zomaar verkopers van ramen en deuren. Zodra mensen denken aan bouwen of verbouwen, staan wij naast hen met informatie en inspiratie", zegt marketingmanager Andres Lesire.

Er zijn behoorlijk wat spelers op de markt van ramen en deuren. Hoe onderscheidt Belisol zich?

ANDRES LESIRE: "Het is een zeer agressieve markt, maar Belisol positioneert zich in die markt als een succesvolle speler. Volgend jaar vieren we onze 40e verjaardag. Dat op zich is al een troef, want in die vier decennia hebben we een schat aan kennis vergaard en in drie landen een netwerk met honderd vestigingen uitgebouwd en een indirecte tewerkstelling van duizend personen. Ik zeg 'indirect' omdat we werken met franchises. In België zijn we marktleider met veertig vestigingen."

"Onze kracht is dat we een lerend netwerk zijn. Als we iets plaatsen in Oostende, Luik of Amsterdam en we ontdekken nieuwe mogelijkheden, dan wordt dat gemeld aan de hele groep van verdelers, opmeters, plaatsers, verkopers... We worden elke dag collectief slimmer. Belisol profiteert van zijn schaalgrootte én van zijn nabijheid. Werken op grote schaal betekent een groot volume en een breed gamma aan producten in zowel pvc, aluminium als hout. Veel van onze concurrenten bieden óf pvc aan óf aluminium óf hout. Bij Belisol maakt het niet uit welk product de klant prefereert. Vandaar dat wij samen met hem de beste keuze kunnen maken en zelfs materialen kunnen combineren. In dat opzicht staat correct advies voor ons centraal. Nabijheid heeft dan weer het voordeel dat je ons letterlijk om de hoek vindt en dat je werkt met plaatselijke ondernemers bij wie je nadien ook altijd goede service krijgt."



MARKTLEIDER OP ALLE FRONTEN

Wat zijn je grootste realisaties tot nu toe?

"Belisol is marktleider, en dat moeten we ook op alle fronten zijn. Ook op het vlak van marketing, sales, nieuwe toepassingen... Daar werken we elke dag hard aan met een marketingteam van zeven personen. Sinds enkele jaren besteden we niet alleen aandacht in onze acties aan de consument, maar richten we ons ook intensief op onze verdelers, de zaakvoerders. Zo weten we wat werkt in de showroom en wat niet. Ook qua marketing zijn wij een lerend netwerk."

"We zijn drie jaar geleden gestart met een Belisol Magazine dat tweemaal per jaar verschijnt, omdat we content enorm belangrijk vinden. We hebben zoveel referenties, zoveel verhalen die we op verschillende platformen kunnen uitdragen. In het magazine verschijnen boeiende reportages waarbij we binnenkijken bij onze eindklanten. Het magazine komt via de franchisehouders bij klanten en architecten terecht en het wordt ook flink besteld via onze site. Ook nieuw is onze aanwezigheid op Batibouw."

"Ons jongste grote wapenfeit is de nieuwe site waar we inzetten op interactie. In plaats van te zeggen hoe groot en hoe goed we wel zijn, brengen we wat de bezoeker wenst: inspiratie, meer dan duizend referenties, meer dan drieduizend getuigenissen, een hele bibliotheek met artikels, videoreportages..."

EEN GELOOFWAARDIG VERHAAL

Is het vanuit die vernieuwende marketingfilosofie dat je samen met Roularta Media een originele campagne uitrolt?

"We kennen Roularta natuurlijk al jaren, maar ik ben altijd op zoek naar iets nieuws. En dus hebben we gepingpong met onze ideeën. We hadden al ons eigen magazine en gewoon adverteren vond ik niet voldoende. De insteek was dus: ofwel gaan we all the way, ofwel doen we niets. Roularta Media deed verschillende creatieve voorstellen en suggesties die leidden tot een knap 360°-mediaplan. Het eerste resultaat was het Batibouwnummer van *Ik ga Bouwen & Renoveren* in februari waarin we een 'best of' van 40 pagina's van ons eigen magazine publiceerden in

tête-bêche (keerdruk). Zo'n koprol was nooit eerder gedaan. Het magazine kreeg een oplage van 59.700 exemplaren. Fantastisch, want *Ik ga Bouwen & Renoveren* heeft een lange levensduur bij de koper. Het is geen dagblad dat een beperkte houdbaarheid heeft, maar het blijft lang op de salontafel bij het juiste doelpubliek. Wat deze aanpak duidelijk maakt, is dat Belisol niet alleen de beste producten, de beste garantie en de beste service biedt, maar ook een geloofwaardig verhaal te vertellen heeft. Gewone advertenties zijn daarvoor niet toereikend. Zeker niet in een nichemagazine zoals *Ik ga Bouwen & Renoveren*. Alleen wie gaat bouwen of verbouwen koopt dat magazine, en die mensen hebben nood aan context, inspiratie en informatie."

"Wij waren heel tevreden, en ik ben er zeker van dat het ook voor Roularta een mooie case is met heel veel extra lectuur voor de lezer van *Ik ga Bouwen & Renoveren*. Dit was geen one shot-actie. De 360°-aanpak betekende dat er daarnaast ook nog een mailcampagne komt, flyers, een onderzoek naar de resultaten van onze acties..."



NELE KEYAERT
ACCOUNT MANAGER

Zoek je krachtige media voor je merk? Met onze bouwtitels krijg je een fijn gekruid mediaplan.

Wenst u ook op een originele manier uw doelgroep van bouwlustige Belgen te bereiken?

Contacteer mij dan via
nele.keyaert@roularta.be
of 02 467 57 40.

**Roularta
Media**



Attention guaranteed.

IK GA BOUWEN & RENOVEREN

WORDT GELEZEN DOOR MENSEN DIE GAAN BOUWEN OF VERBOUWEN.

DIE MENSEN HEBBEN NOOD AAN

CONTEXT, INSPIRATIE EN INFORMATIE

Andres Lesire - Marketingmanager Belisol