

UN BON REPOS, C'EST ESSENTIEL !

Un repos de qualité augmente les chances de réussite. Et ce ne sont pas les membres de nos deux excellentes équipes nationales de hockey qui diront le contraire, eux qui confient leur sommeil à Auping. Le spécialiste des lits et des matelas a confirmé pour 2018 la collaboration intensive avec Roularta entamée en 2017.



BART VAN DEN NOTELAER, AUPING

« Cela ne nous intéresse pas d'avoir un partenaire qui nous dit : 'C'est ça que vous voulez faire ? Voilà une offre de prix !' Pour cela, nous pourrions aussi bien adresser un briefing à une agence média », déclare Bart Van den Notelaer, Marketing Manager chez Auping. « Nous recherchons une interaction, et nous l'avons trouvée chez Roularta. »

En quoi consiste cette interaction ?

« Pour commencer, nous décidons de notre côté ce que nous voulons raconter, et à quels moments nous voulons poser quels accents. Ensuite, nous nous mettons autour d'une table avec Roularta pour discuter de tout cela et examiner comment nous voulons diffuser notre message. Car une campagne publicitaire classique est parfois, mais certainement pas toujours le meilleur véhicule pour informer et inspirer les consommateurs, et au final les attirer dans nos magasins. Un partenaire comme Roularta dispose non seulement de différents canaux pour toucher un public cible intéressant, mais réfléchit également avec nous à une manière alternative de proposer notre message. »

Tout l'art consiste à transmettre tous ces messages d'une façon pertinente et attrayante.

« Ce n'est pas toujours facile. Et si nous avons besoin de plus de temps et d'espace pour développer plus en détail ce que fait Auping, nous opterons pour un branded content dans un magazine de Roularta. Et dans ce cas, un partenaire qui non seulement participe à l'évaluation du contenu mais est aussi capable de proposer chaque fois l'approche média la plus ciblée, représente une valeur ajoutée dont nous ne voulons pas nous passer. »

Qu'y a-t-il eu comme initiatives communes en 2017 ?

« Au mois d'avril, il y a eu un Knack Weekend avec une couverture inversée, un tête-bêche, et un dossier spécial de seize pages. C'est un peu comme si les lecteurs recevaient deux magazines pour le prix d'un. Bien entendu, nous nous devons alors, et nous devons aux lecteurs, de ne pas nous contenter d'une publicité sans relief mais de proposer des

« Roularta dispose de différents canaux pour toucher un public cible intéressant, et propose chaque fois l'approche média la plus ciblée. »

articles de qualité soulignant l'importance du confort du sommeil. Pour les lecteurs de Trends Style, nous avons créé deux branded stories car nous sommes convaincus que ce magazine nous permet d'entrer en contact avec un public intéressé par notre discours. Le premier volet est paru au printemps et portait sur la durabilité. En automne, dans le second volet, nous avons présenté un entretien avec deux sportifs de haut niveau (Thomas Briels et Aisling D'Hooghe) des équipes nationales belges de hockey. Le thème était l'importance d'un bon repos. Nous avons également développé une action pour les lecteurs de Knack Weekend. Nous avons composé avec Roularta une combinaison avec un lit Auronde. Cette combinaison coûte normalement 5.000 euros, mais les lecteurs avaient la possibilité de l'acquérir pour 4.000 euros. Nous avons été visibles avec cette action pendant trois semaines sur le site, dans le magazine, dans les newsletters... Un succès indéniable, si on en croit toutes les réactions positives reçues des lecteurs et des distributeurs. »

Et l'année prochaine ?

« Nous continuerons dans la même voie en 2018. Nous sommes convaincus que les lecteurs de Roularta correspondent parfaitement à notre groupe cible. Ensemble, nous voulons communiquer de façon encore plus ciblée, et encore mieux mesurer l'impact de nos messages. »



RELEVER VOS DÉFIS

En tant qu'interlocutrice chez Roularta pour les clients du secteur de la décoration intérieure, j'aime me trouver face à des défis d'annonceurs comme Auping. Tout marketeur créatif peut trouver chez Roularta Media une solution performante et appropriée. Généralement, nous développons un projet cross-média qui vise différents objectifs de marketing. Quels sont vos objectifs pour 2018 ? Vous avez envie de renforcer votre plan marketing ? N'hésitez pas, contactez-moi !

Valérie Vandermersch

Accountmanager Living
valerie.vandermersch@roularta.be
0495 58 06 01

Roularta Media



Your premium choice .