

showcase

CONTENT ALS KICKSTART VOOR CAMPAGNES EN BUSINESS

Contentmarketing is hét antwoord van merken op de goed geïnformeerde consument die zich niets laat wijsmaken. De invulling van het begrip is echter onder invloed van het klantgedrag en nieuwe technologische ontwikkelingen continu aan het veranderen. Een grote uitdaging dus voor veel merken als het gaat om campagnes bedenken om uiteindelijk meer leads te genereren. Nu is het nog vaak zo dat er een campagne wordt bedacht en daar content omheen wordt ontwikkeld. De vraag is hoe je structureel altijd relevante content kunt bieden en op basis daarvan campagnes kunt bedenken.

Today is Canday gelooft dat campagnes van vandaag gebaseerd zijn op glasheldere en relevante content business cases. Op sterke en creatieve ideeën die de aandacht van de ontvanger trekken door hun magie en effectief zijn door hun slimme mechanisme.

Deze magie ontstond een aantal maanden geleden ook tussen Today is Canday en Fiona Cordes en Rein Vogel, toen zij met elkaar in contact kwamen.

Rein: "Fiona en ik merkten dat Canday behoefte had aan nieuwe content power, mensen die zowel commercieel alsook conceptueel sterk zijn in het bedenken, creëren en uitrollen van content. Wij wilden ons toen beiden verder ontwikkelen en ook meer gaan ondernemen, maar wel samen met andere ondernemers die dezelfde mentaliteit hebben. Dus dat was een perfecte match." Today is Canday bedenkt en ontwikkelt al jaren verrassende campagnes en content om mensen te verbinden en in beweging te brengen.

Fiona: "Wij zijn door onze ervaring ook verbinders, zowel zakelijk als persoonlijk. Ik doe bijvoorbeeld zelf naast mijn baan ook werk als recruiter voor een aantal agencies, omdat ik geloof in (natuurlijke) verbinding tussen mensen, merken en tussen mensen en merken."

MERK. MENSEN. MOMENTEN

Leer je klanten kennen, begrijpen en ga een relatie met ze aan. Dat is de basis voor een goede content strategie. Krijg inzicht in de content-sweet-spots.

Fiona: "Het is belangrijk dat je start met het in kaart brengen van de wensen, behoeften en gedrag van de consument en niet blijft zenden vanuit het merk. Wij doen dit o.a. middels (buyer) persona's en hun customer journey, gebaseerd op het welbekende Service Design Thinking principe. Als merk ben je dan in staat om in te spelen op behoeften, pijnpunten op beslistmomenten. Zo ontstaat pas echt relevante content."

Rein: "En zijn we in staat werk te leveren dat mensen raakt, verrast en verbindt."

NEW! CANDAY CREATIVE CONTENT.

Sterke merken zijn tegenwoordig een integraal onderdeel van het leven en pakken steeds vaker de rol van uitgevers. En gedragen zich daarom steeds minder als merken. Ze snappen namelijk dat je sneller in het hart en hoofd van de doelgroep komt als inspirator en entertainer dan als verkoper. Ze weten wat er leeft bij hun doelgroepen en spelen daarop in met sterke ((non)branded) content: alles wat doelgroepen bekijken, liken en delen, ondanks dat het van een merk afkomstig is. **Rein:** "Wij geloven dat merken die deze kwalitatieve, relevante content omarmen, de toekomst hebben. Bij Canday Creative Content, ons nieuwe content-hart, verleggen we vanuit deze overtuiging daarom elke dag de horizon van mensen en merken". **Fiona:** "Het is de uitdaging om te bepalen wat nu echt relevant is voor de consument. En dan moet je middelen vrij denken. Ontvanger gericht, in plaats van zender gericht. Merken werken helaas nog niet altijd op deze wijze, omdat merken (terecht) ook commerciële doelstellingen hebben. Het is de uitdaging om de content zo te verweven met deze doelstellingen, zonder dat het als commercieel gezien wordt. De consument moet de content zien als een verhaal wat gelezen moet worden."

CAMPAIGNS NEED A BIG IDEA, GREAT CONTENT MARKETING A BIG STORY

Het geheim achter vrijwel alle successen is een krachtig verhaal! Storytelling wordt ook wel 'een strategisch wapen met onvoorstelbare kracht' genoemd.

Fiona Cordes is Concept Content Director en heeft inmiddels meer dan 20 jaar ervaring in merk-, concept- en content management, oa bij Sky Radio, Sanoma, KWF en MPG Today (Allerhande/Appie Today).

Rein Vogel is Creative Content Director Art en heeft meer dan 20 jaar internationale creatieve ervaring in concept en art direction, zowel in Nederland als Australië, voor oa Rituals, Rabobank, Aegon, Bauer Media, Choice Australia en MPG.

Today is Canday

Of je nu iets gaat verkopen, een volle zaal wilt boeien of een team moet motiveren, met een goed verhaal maak je het verschil. **Fiona:** "Ons brein is gebouwd voor verhalen, het is wetenschappelijk ook bewezen dat je middels verhalen, krachtige boodschappen kunt creëren, communiceren en distribueren. Storytelling zet verandering in gang en is daarmee een onmisbare vaardigheid in een tijd waarin verandering het nieuwe normaal is. Wij geloven in de kracht van storytelling als het gaat om content marketing."

Rein: "Een goed verhaal kan echt het verschil maken. Het geeft kleur en helpt je om je echt te onderscheiden van je concurrent. Vertel alleen geen verhaal omdat je vindt dat het moet, dat is een veel gemaakt fout. En blijf weg van gortdroge feiten en cijfers, maak dan een infographic, dat leest lekkerder. Tenslotte: weet wie je doelgroep is en verplaats je in hen, dat levert boeiende content op."

DE NOODZAKELIJKE BRUG TUSSEN MERKIDENTITEIT EN DOELGROEP-INTERESSE

Creativiteit en inventiviteit krijgen steeds meer mogelijkheden. Zo zien we dat branded content formats, partnerships, influencer marketing maar ook medewerkers steeds belangrijker worden dan push-communicatie.

Fiona: "Canday Creative Content speelt hierop in en zorgt ervoor dat mensen bij jouw merk willen horen. Wij helpen bedrijven, merken in het vertellen van hun verhaal en het verbeteren van hun positionering. We willen echt verrassen met creatieve concepten, verbinden met unieke content. Daar ligt onze kracht en expertise. Of het nu gaat om reputatie, leads of internal branding. Dat doen wij middels briljante content. Content die we een thuisbasis geven in de vorm van een (media)merk. Zo houden we ook workshops en inspiratiesessies om bedrijven, merken een kickstart te geven met het behalen van hun content doelstellingen".

Rein: "Zo maximaliseren we de kracht van hun merkloyaliteit. En werken we via branding, awareness en engagement toe naar activatie en ambassadorship. We leveren het beste idee voor elk merk. Authentiek, gedurfd, relevant, onderscheidend en vooral écht. En dat alles full-service van concept tot executie".

FIELDS OF EXPERTISE CANDAY CREATIVE CONTENT

PR content innovatie
online tool contentkalender
content creatie & curatie events
content strategie & regie
content analyse
persona's en customer Journey
internal branding
social video strategie & productie
content workshops
editorial services
inspiratie sessies
guerrilla

Laten we samen aan mooie content beginnen! Wil je een goed gesprek, lekkere koffie of ons gewoon beter leren kennen? Bel of mail ons voor een afspraak.

Rein.vogel@canday.com 06-24852818

Fiona.cordes@canday.com 06-50527209



BEELD: JANINE BEKKER