



IDEA ondersteemt de kracht van live

Hoes't daar nou?! houdt festivalbezoekers met elkaar in contact

In de rubriek 'IDEA ondersteemt de kracht van live' brengt Meeting Magazine ieder nummer afwisselend een B2B, B2E en B2C case van een IDEA-lid onder de aandacht. IDEA gelooft in de marketingkracht van live; dat live communicatie inzetten binnen de marcom-strategie zorgt voor impact. In deze editie vertelt evenementenbureau Onze Kapel over het activatie-event 'Hoes't daar nou?!' dat in de zomer van 2017 tijdens drie grote festivals heeft plaatsgevonden.

WAT WAS DE AANGELEGENHEID?

"Het mobiele telefonie en jongerenmerk Hi is jarenlang zichtbaar geweest op de festivals. Na het verdwijnen van het merk heeft KPN deze rol op zich genomen. De uitdaging lag dan ook daarin om een festivalactivatie te bedenken en te realiseren die recht doet aan het merk KPN en de missie 'om mensen te verbinden door middel van technologie', maar aansprekend genoeg en passend bij de

FACTS & FIGURES

IDEA-bureau: Onze Kapel

Opdrachtgever: KPN

Event: Hoes't daar nou?!

Doelgroep: Bezoekers Pinkpop, Lowlands en Down The Rabbit Hole

Segment: B2C

Datum: Zomer 2017

Locatie: Festivalterrein Pinkpop, Lowlands en Down The Rabbit Hole

doelgroep. Dit waren de circa 160.000 festivalbezoekers van Pinkpop, Lowlands en Down The Rabbit Hole. Omdat deze grote festivals meerdere podia kennen waar tegelijkertijd verschillende artiesten optreden, hebben de



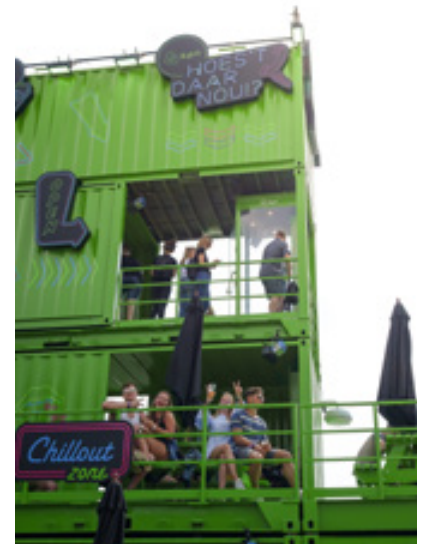
OVER IDEA:

IDEA verenigt de leading agencies in live communicatie. IDEA is een community van bevlogen specialisten die elkaar helpen en inspireren en zich sterk maken voor het vak. Die campagnebreed denken en geloven dat live communicatie een onmisbaar onderdeel is van elke volwaardige marketingstrategie. Wie samenwerkt met een IDEA-bureau kan rekenen op een strategisch partner en een berg expertise: van strategie- en conceptontwikkeling tot de productie van events en campagnes waar events deel van uitmaken. IDEA en haar leden staan voor creativiteit, vakmanschap en financiële stabiliteit. www.ideaonline.nl



KPN AAN HET WOORD

“Gezien het grote aantal en de grote diversiteit van events en activiteiten die binnen KPN georganiseerd worden, werkt KPN veelvuldig samen met bureaus. Onze Kapel is geselecteerd partner van KPN en werkt al vele jaren voor de verschillende merken en afdelingen van KPN. Dit kan zijn op het gebied van eventmarketing en brand activation, maar ook op het gebied van corporate-, retail- en online communicatie. Daarnaast werkt Onze Kapel ook zeer goed en nauw samen met het themabureau N=5. Deze samenwerking zorgt ervoor dat er een optimale vertaling plaatsvindt van concept naar realisatie.”



festivalbezoekers behoefte om in contact te blijven met de andere podia. Deze wens om constant in contact en verbonden te zijn, stond centraal bij het ontwikkelen van de festivalactivatie van KPN. Het resultaat was ‘Hoes’t daar nou?!’”

HOE IS HET EVENTCONCEPT UITGEWERKT?

“Voor de uitwerking van het concept zijn we voor alle drie de festivals uitgegaan van één grote stand en ‘oude’ telefooncellen. Deze telefooncellen zijn op diverse plaatsen opgesteld, verspreid over het betreffende festivalterrein. De grote stand had naast de actiefunctie ook de functie om je telefoon door middel van 350 oplaadpunten en rust- en uitkijkplek te kunnen opladen. Vanuit de stand had je de mogelijkheid om ouderwets met één van

de andere telefooncellen te bellen. Gezien het geluidsniveau op de festivals, mag het duidelijk zijn dat wanneer de telefoon afgang, er allerlei audiovisuele middelen in werking gingen. Iedere willekeurige festival bezoeker kon bellen en opnemen. Hierdoor kwamen volstrekt onbekenden met elkaar in contact.”

WAT WAS DE COMMUNICATIESTRATEGIE RONDOM HET EVENT?

“De communicatie rondom ‘Hoes’t daar nou?!’ verliep vooral via social mediakanalen. Bijvoorbeeld door een social activatie waarbij één van de telefooncellen voorafgaand aan de festivals ergens in Nederland in een weiland geplaatst was. De eerste die de telefoon opnam, kon kaarten winnen voor Lowlands.”

HOE EFFECTIEF WAS HET EVENT?

“Door de enorme bezoekersaantallen en de zichtbaarheid van de stand, in combinatie met het intensieve gebruik van de oplaadpunten, mogen we spreken van zeer effectieve events. De actie ‘Hoes’t daar nou?!’ zelf overtrof echter alle verwachtingen. Per festival zijn er meer dan 20.000 gesprekken tussen de telefooncellen geregistreerd.”

WELKE LEVERANCIERS WAREN BETROKKEN BIJ HET EVENEMENT?

“Containerverhuurder Pieterse heeft de bouwstenen geleverd voor de stand op de festivals. De technische en audiovisuele infrastructuur werd verzorgd door Smits Light & Sound.”