

Re: Action



Annie van den Eijkhoff

Beste relatie,

Lagere temperaturen buiten betekenen hogere temperaturen binnen ons werkgebied. Het najaar is zoals telkens weer blijkt, de perfecte periode om uw doelgroep te bereiken.

U BENT BEKEND MET ACTION TEAM ALS ALLROUND FIELDMARKETINGBUREAU VOOR DE VIER DISCIPLINES:

- Promotie
- Hospitality
- Demonstraties
- Merchandising

In deze Re:Action breng ik graag onze kernactiviteit promotie eens extra onder uw aandacht. Een recent onderzoek waarvan onze vakpers melding maakt, bericht over de stijging in de verkoop na *sampling* en *flyering*, waarmee overduidelijk is hoe belangrijk deze discipline is voor het verbeteren van een marktpositie.

WAT BEPAALT VOLGENS ACTION TEAM HET SUCCES VAN EEN PROMOTIECAMPAGNE?

Een promotiecampagne waarbij *sampling* of *flyeren* worden ingezet, moet aan een combinatie van factoren voldoen om succes te genereren. Daarbij staat op de eerste plaats:

De promotiemedewerker:

De medewerkers van Action Team worden voorafgaand aan de werkzaamheden gescreend op een aantal capaciteiten, waarbij de juiste mentaliteit en inzet voorop staan en met specifiek enthousiasme voor uw product. Zij staan immers in direct contact met uw doelgroep. Hun training bestaat uit kennis verkrijgen over uw bedrijf, product of dienst waarmee een eerste stap in het succes van de promotiecampagne al is gemaakt.

Met en is weten:

Action Team begrijpt dat u wilt weten of uw promotiecampagne effectief is geweest. Door voor de promotiecampagne uw doelstellingen te bespreken, kunnen wij gericht proberen die ook te behalen. Om u na de campagne te informeren over de rendabiliteit van uw investering (*return on investment*).

Het bereik:

Ook onze *binnendienst* doet zijn huiswerk. Action Team kent uw doelgroep en is op de hoogte van de ontwikkelingen binnen de branche. Tel daarbij op de ruime ervaring met productpromotie en Action Team staat daar waar uw doelgroep zich bevindt. Zo is de effectiviteit van uw campagne al voor een groot deel gewaarborgd.

Wilt u meer weten over hoe Action Team uw promotiecampagne vorm kan geven? Of wilt u meer informatie over één van onze disciplines? Bel ons gerust of kom eens langs. Wij denken graag met u mee!

Hartelijke groet,

Annie van den Eijkhoff

Re: Action Cases



ZIEN EN GEZIEN WORDEN OP HET TERRAS VAN EYE WISH GROENEVELD

Eye Wish Groeneveld presenteerde haar nieuwe zonnebrilencollectie, de *Terrasjescollectie 2009*, op een terras voor de eigen winkel.

Het weer werkte in (bijna) alle gevallen mee bij de ruim veertig terrassen die opdoken voor de Eye Wish Groeneveld filialen. Duidelijker kon de noodzaak van een zonnebril niet worden aangegeven. De sfeer was zomers en het was de taak van de als ober verklede promotor om de bezoeker kennis te laten maken met de nieuwe collectie...en wat is er nu fijner om op een terras de ideale zonnebril te laten aanmeten?



TANDARTSASSISTENTIE VAN SENSODYNE

Nederland leeft redelijk gezond. Van overheidswege wordt er op toegezien dat we dagelijks groenten en fruit op het menu zetten, we drinken fruitsappen met toegevoegde vitamines en we letten op voldoende lichaamsbeweging. So far, so good. Voor onze tanden is de inname van teveel zuren via onze dagelijkse voeding wel eens teveel van het goede.

Tanderosie is een veelvoorkomend probleem geworden. Ter voorkoming daarvan is er nu Proglaser Base, Junior en Whitening van Sensodyne.

Met de campagne *Laat jij je tandglazuur ongemerkt afslijten?* bezochten teams van Action Team deze zomer terrassen en deelden bierviltjes en PH-strips uit. Op die PH-strip kon direct de zuurgraad van het drankje worden gemeten. Daarna werd verteld dat met verharding van tandglazuur doordagelijks te poetsen met Proglaser tanderosie geen kans meer krijgt. Action Team voerde deze opdracht uit in opdracht van reclamebureau G2.



MET Z'N ALLEN IN DE BUZZ

Wat was er deze zomer leuker dan met de hele familie op pad te gaan, zonder in de file te staan? Prachtige zomerdagen, de auto thuislaten en met de Buzzerkaart van Connexxion voor het luttel bedrag van €12 naar alle aantrekkelijke plaatsen in Nederland gaan.

Action Team gaf deze actie gestalte door teams, gekleed in zomerse polo-shirts en cap met buzzerfiguren boven het hoofd, langs campings, stranden, evenementen en stadscentra te laten gaan met een flyer en een goed verhaal. Ruim 90.000 flyers werden op deze manier verspreid! Action Team voerde deze opdracht uit voor Emotion communicatie bureau.



KRAKEND VERS CHIPPIE VAN KETTLE VOLGENS ALOUD RECEPT

Bij 29 XL filialen van Albert Heijn hebben Action Team medewerkers 17.000 mensen laten proeven dat chips nog echt naar aardappels kunnen smaken. Vanwege het ambachtelijke productieproces waarmee Kettle zijn bekendheid al heeft in Engeland en de Verenigde Staten is nu Nederland aan de beurt.

De speciaal geselecteerde en inmiddels gepatenteerde aardappels die in zonnebloemolie in ketels worden gefrituurd, staan garant voor behoud van de eigen aardappelsmaak. De uitsluitend natuurlijke kruiden waarmee de chips worden bestrooid geven de finishing touch.

Bij de stands, die vervaardigd waren door Action Team, was het een drukte van belang en door de reacties uit de doelgroep te *monitoren* en de verkoopresultaten te meten, kon het succesvolle resultaat snel worden doorgegeven aan de opdrachtgever.

Action Team voerde deze store tasting uit voor Green Seed Group The Netherlands B.V.

Als je aan eventmarketing, een beurs of promotiewerk denkt, denk dan aan Action Team. Bel: 020 - 312 11 11.