

# CITYDOGS CASES

## Hoe kunt u Citydogs inzetten?

Naast een standaard insertie in ons Citydogs display bieden we u uiteraard veel meer mogelijkheden om aanwezig te zijn bij uw doelgroep. We laten u een paar voorbeelden zien. Doe hier uw voordeel mee op en daag ons maar uit!

### Mediazine

Opdrachtgever: Mediamarkt

Flyer/uiting: Magazines

Doelstelling: Verhogen bereik van Mediazine en awareness Mediamarkt.

Mediazine is een gratis consumenten magazine welke door Mediamarkt wordt uitgegeven. Het is een gids in de wondere wereld van elektronica, telecom en computers. Een magazine waarmee Mediamarkt de consument op de hoogte wil houden van nieuwe technieken, producten en diensten.

In de maanden april, mei en juni is via Citydogs op een 4.000 tal locaties het mediazine verspreid. Elke locatie ontving een briefing en afhankelijk van traffic 10–25 stuks van het magazine.



Er is vrij breed ingezet qua netwerken, hoofddoel was het bereiken van jonge gezinnen. Aan onze standaardnetwerken zoals horeca en uiterlijke verzorging zijn voor deze distributieronden ook specifiek makelaars en notariskantoren toegevoegd.

Tijdens de eerste 2 ronden zijn we op een aantal vooraf geselecteerde adressen nogmaals langs geweest om te evalueren. Restanten werden geteld en aangevuld, via een vragenlijst werd inzicht gegeven in de effectiviteit van het magazine op die specifieke locatie.

Middels deze methode was het mogelijk om tussentijds de distributie op locatie niveau bij te sturen. Na afloop gaf Morgan de Zeeuw (Media Markt) aan erg tevreden te zijn over de inzet van Citydogs en sluit niet uit deze vorm van distributie/marketing in de toekomst nogmaals in te zetten.

### Eastpak

Opdrachtgever: VFC Europe Eastpak

Flyer/uiting: Flyers

Doelstelling: Evenement onder de aandacht brengen bij de juiste doelgroep.

Heeft dit merk nog een introductie nodig? Wie kent de 'Built to resist' bags, rugzakken en tassen niet. Vooral de campagnes gericht op scholieren en studenten zijn legendarisch, nu ook hun laatste wapenfeit: Eastpak Happy New Year Party.

In het laatste weekend van augustus knalden ze het nieuwe academiejaar in met het vetste feestje van het jaar: de Eastpak Happy New Year Party. Deze 'jaarwisseling' wordt gevierd met gratis champagne en de hipste DJ's uit New York, Parijs en uiteraard uit ons eigen Nederland.



Via Citydogs zijn de Happy New Year flyers op zo'n 1000 locaties verspreid in de 50 grootste steden van Nederland.

### Malteser sampling

Opdrachtgever: Mars  
Mediabureau: Promodukties  
Flyer/uiting: 350.140 Maltesers in samplezakjes (per 9)  
Poster + brief per Citydogs locatie (574 locaties)  
Doelstelling: Passieve sampling van Maltesers in de 24 grootste binnensteden van Nederland

De bekende Malteser snoepjes moesten extra onder de aandacht komen bij de vrouwelijke doelgroep van 25-40 jaar. In de 24 grootste steden van het land wordt voor een periode van 4 weken Malteser gesampled via onze Citydogs retail en uiterlijke verzorgings locaties.

Omdat Citydogs sterk vertegenwoordigd is bij onafhankelijke retailers en kleine ketens is de medewerking van de locaties daardoor ook erg hoog en de kans op succes aanzienlijk. Daarnaast kan de consument alleen gebruik maken van de sampling mogelijkheid na een aankoop. In de Citydogs database is een selectie gemaakt van de kenmerken vrouw → 25-40 jaar → retail + uiterlijke verzorging. De sampling wordt dus ook alleen maar op locaties uitgevoerd die voldoen aan de eisen van de opdrachtgever. De binnenstad wordt dus min of meer geclaimd doordat we per locatie 2 sampledozen nabij de balie en het Citydogs display achterlaten, daarnaast een poster bij de ingang die wijst op de actie en de locatiehouder wordt via een brief geïnformeerd over de actie.



### Exposure per postcode gebied voor Hi!

Opdrachtgever: KPN/Hi  
Mediabureau: Kinetic / Mindshare  
Flyer/uiting: Postcard formaat  
Doelstelling: Traffic genereren vanuit centrumgebieden naar Hi winkel.

Mindshare / Kinetic wilde graag via Citydogs een teasercampagne rondom Pasen uitzetten. Er werden vier uitingen gemaakt: een koude, lauwe, warme en een hete uiting. De hete uitingen moesten het dichtst bij de Hi winkel in de stad worden geplaatst, de warme iets verder, de lauwe weer wat verder etc. De consument moest naar de winkel worden gelokt om het Gouden Paasei in de winkel te vinden.

We bieden de mogelijkheid om op locatieniveau specifieke inserties te verspreiden. Deze opdracht werd op postcode uitgevoerd, maar we beschikken over veel meer content per adres waarop we kunnen selecteren.



### Meeneemfactor maximaal inzetten van Bright mini magazine

Opdrachtgever: Bright  
Mediabureau: Techmedia / Oscar Kneppers  
Flyer/uiting: Minizine  
Doelstelling: De consument kennis laten maken met het blad Bright middels een gratis mini editie.

Afgelopen jaar besloot het blad Bright om een gratis mini bright te ontwikkelen en die onder andere via het Citydogs netwerk te distribueren. Naast het feit dat je je titel onder de aandacht brengt van de consument gaf het volgens Bright ook een meerwaarde voor de huidige adverteerder. Per adres werden 25 stuks gedistribueerd en na 4 weken nogmaals aangevuld.

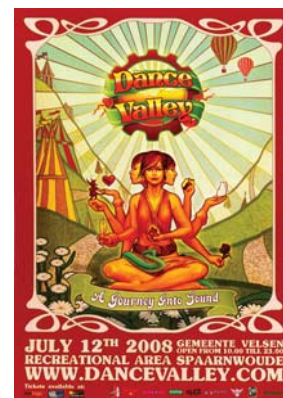


### Medewerking Citydogs locaties activeren met Dance Valley

Opdrachtgever: Dance Valley  
 Mediabureau: UDC / Caspar Povel / Bric de Schot  
 Flyer/uiting: Luxe booklets & posters  
 Doelstelling: Rumour around the brand 'Dance Valley' genereren via het personeel van de Citydogs locaties. Daarnaast visueel 'over the top' aanwezig zijn in de binnenstad.



UDC is een organisatie welke hun evenementen op unieke wijze neerzet. Samen met UDC stellen we dan ook voor elke campagne een Citydogs-plus-actie op. Altijd weer iets extra's zoals afgelopen jaar. We informeerden onze Citydogs locaties over de actie: Dance Valley als ideaal personeelsfeest! Het enige wat ze moesten doen was het creatief en prominent promoten van Dance Valley op de winkelvloer. Van onze promotors ontvingen ze uiteraard extra flyers en ook posters.



Het adres dat Dance Valley het meest ludiek en prominent wist vorm te geven ontving 10 gratis toegangskarten. Daarnaast kreeg de winnende exploitant een vermelding op de website van UDC / Dance Valley.

### Extra opvallen op het display met een wiebelaar

Opdrachtgever: Zeelandse festivals  
 Mediabureau: Stichting Zeelandfestivals / Martin Priem  
 Flyer/uiting: Cirkel flyer bevestigd aan wiebelaar  
 Doelstelling: Naast de flyers en dvd's in de displays ook extra exposure genereren rondom de naam www.zeelandfestivals.nl

Een leuke gadget op de Citydogs displays! Wij noemen het de 'wiebelaar'. De organisatie van Zeelandfestivals maakte als eerste gebruik van deze eye-catcher. Adressen in steden met een straal van 100 km. rondom provincie Zeeland maakten deel uit van deze promo actie. Ideaal om nog meer exposure op de locaties te genereren.



### Op adresniveau selecteren en extra sampling op locatie inzetten voor Telegraaf's magazine bijlage Vrouw

Opdrachtgever: Uitgeversmaatschappij De Telegraaf B.V.  
 Mediabureau: Afdeling Direct Marketing / Charles Aalders  
 Flyer/uiting: Bijlage Vrouw, flyers en A3 posters  
 Doelstelling: Vrouwen kennis laten maken met de zaterdageditie van de Telegraaf met name via de bijlage Vrouw.



De Telegraaf wilde met haar extra bijlage op zaterdag 'Vrouw' vrouwelijke lezers bereiken. Daar konden we mooi op inspringen met ons Citydogs netwerk Uiterlijke Verzorging, gesegmenteerd op geslacht vrouw.



De actie was vrij eenvoudig maar effectief. Alle gekozen Citydogs adressen ontvingen 50x de Vrouw bijlage en abonnee-werving-flyers in het display. Alle adressen werden vooraf per e-mail/brief geïnformeerd over de actie. Daarnaast hingen we voorafgaand op de deelnemende locaties digitale A3 posters op met de tekst 'Op 16 april gratis de nieuwe Telegraaf bijlage Vrouw op dit adres.' De actie heeft enorm veel exposure opgeleverd.

### **Mercedes E klasse journaal**

Opdrachtgever: Mediabureau Kinetic

Mediabureau: Kinetic / Anke Burmann

Flyer/uiting: Magazines

Doelstelling: Magazines onder de aandacht brengen bij de juiste doelgroep.

Als promotie voor de nieuwe Mercedes E Klasse bracht Mercedes speciaal het E Klasse journaal uit. In deze uitgave wordt uitgebreid ingegaan op de meest succesvolle zakenauto in Europa in zijn segment. Alle aspecten komen naar voren van klassiekers tot aan de laatste gadgets en innovaties rondom de E klasse. Zo is de snelheidsassistent een aardigheid om onze vrienden bij het CJIB wat rust te gunnen. De 3 uitvoeringen: Standaard, Avantgarde en Elegance worden vergeleken en daarbij worden ook de aanvullende pakketten toegelicht.

Citydogs distribueerde deze magazines via enkele netwerken door geheel Nederland, en specifiek op een 123 golfbanen en 420 top restaurants in de 156 regio gebieden in ons land.



# CITYDOGS

## CASES PERSONEELSWERVING

### **Personeelswerving meubelbezorgers**

Opdrachtgever: Goossens wonen & slapen  
Flyer/uiting: Flyers & kauwgom verpakking



In opdracht van dit meubelketen hebben we flyers verspreid om personeel te werven. Al jarenlang worstelt Goossens met de vraag naar meubelbezorgers. Een van de hoogtepunten van een wervingsactie was de belofte van € 5.000 als een bezorger na 5 jaar nog steeds in dienst is. Tevens hebben we speciale kauwgom leaflets met deze wervingstekst verdeeld. Ook op evenementen hebben we exposure weten te realiseren via inserts in Goodiebags. Al enkele jaren maakt deze firma gebruik van deze mogelijkheid wat getuigt van rendement en vertrouwen.

Voor meer informatie: [www.goossenswonen.nl](http://www.goossenswonen.nl)

### **Frisse start bij Imtech**

Opdrachtgever: Imtech ICT / Imtech Care & Cure  
Flyer/uiting: Appels & pepermunt



Imtech en Jam hebben elkaar gevonden sinds het STRP festival ([www.strp.nl](http://www.strp.nl)) in 2007. Speciaal als insert in de goodiebag ontwikkelde we een uniek gegeven: een lekker frisse appel voor een frisse start bij een nieuwe werkgever. Daarna volgde een pepermuntactie met een verhaal van een zelfde strekking. Voor enkele b2b beurzen ontwikkelde we digitale presentaties en als presentje een speciale Imtech verbanddoos. Voor diverse marketingtakken binnen Imtech zijn we actief en blijven deze firma met unieke ideeën voeden.

Voor meer informatie: [www.imtech.nl](http://www.imtech.nl)

### **Aanwezig zijn waar de doelgroep zich bevindt**

Opdrachtgever: Gastouderbureau Oma van Roodkapje  
Flyer/uiting: Doelgroepgerichte flyers  
Doelstelling: Landelijk Oma van Roodkapje op de kaart zetten



In 2007 had Oma van Roodkapje de groeiambitie om landelijke dekking te realiseren. Daarvoor hebben we landelijke flyeracties uitgevoerd om consultants en gastgezinnen te werven. Deze acties zijn sinds de start doorgevoerd tot nu. Inmiddels is Oma van Roodkapje in de top 3 van gastouderbureaus terecht gekomen. Flying neemt een essentieel onderdeel in de marketing strategie: laagdrempelig en daar aanwezig zijn waar de doelgroep zich bevindt. Daarnaast verzorgden we aanwezigheid op grote landelijk publieksbeurzen en evenementen. Ook wisten we enkele unieke guerilla acties te ontwikkelen die zichtbaar resultaat opleverden.

Voor meer informatie: [www.omavanroodkapje.nl](http://www.omavanroodkapje.nl)