



## Hoe maken we van HP dé IT-partner voor mensen die hybride werken?

### Boodschap

Hybride werken – deels fysiek op kantoor, deels vanuit huis – is het nieuwe normaal geworden, maar wat heb je nodig om het succesvol te doen? HP helpt met een advies op maat en met producten die hybride werken écht ondersteunen, afkomstig uit het HP Presence portfolio.

### OPDRACHT

#### HP

#### Doelen

- De merkwaarde en merkbekendheid van HP stimuleren.
- De overweging en voorkeur van HP verhogen bij de commerciële doelgroep van HP.

#### Hoe

Door met behulp van een content-campagne van HP dé IT-partner bij uitstek te maken bij professionals met een hoog inkomen, in het tijdperk van hybride werken.

#### Doelgroepen

- Beslissingsmakers op het gebied van IT.
- C-suite leaders, HR-, finance- en facility-professionals.
- Eindgebruikers en professionals met een hoog inkomen.



VRAAG

AANPAK

MIDDELEN

RESULTATEN

# Hoe helpen persoonlijke vaardigheden en technologische innovaties je om succesvol hybride te werken?



## Sterspelers

Managementtrainer en bedrijfspsycholoog Remco Claassen kreeg een zichtbare rol in de contentuitingen. Hij is een geloofwaardige en inspirerende drager voor deze campagne. Daarnaast werden andere experts met specifieke kennis opgevoerd.

## QUOTES UIT DE CAMPAGNE

**'Het kantoor is een fitnessruimte voor de geest'**

**'Maak van het kantoor een ontmoetingsruimte'**

**'Zoek de balans tussen autonomie en verbinding'**

## CONCEPT SUCCESVOL HYBRIDE WERKEN

### Journalistieke benadering

- Een redactionele insteek.
- Voorzien van kwaliteitslabel XTR branded content.
- Aansluitend op de actualiteit.
- Kennisexpert als drager van de campagne.
- Onafhankelijke experts aan het woord.
- Op subtiele manier aandacht voor producten van HP.
- Herkenbare en consequente beeldtaal.

## Inhoudelijke belofte

Hybride werken brengt uitdagingen, maar óók veel kansen. In deze campagne onderzoekt Remco Claassen hoe we deze nieuwe situatie kunnen gebruiken om nog productiever, succesvoller en gezonder te werken. Welke rol spelen technologische innovaties hierin? Wat kan je zelf doen, volgens de experts? Kortom, wat heb je nodig om succesvol hybride te werken?



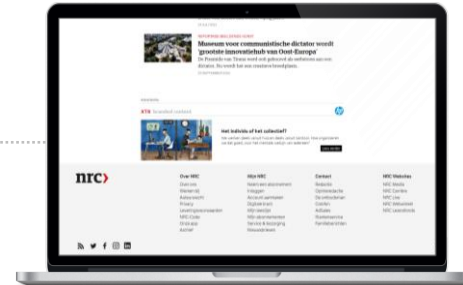
Online partnerpagina



Online verhalen



Organische aanjaging



Aanjaging met banners



Print met QR-code naar online verhalen

# MIDDELEN DIGITAAL EN PRINT



5 x artikelpagina op nrc.nl



5 x 1/2 pagina artikel in NRC Weekend



10 x 1/10 pagina aanjaging in NRC Doordeweeks



Aanjaging campagne via bannerpakket op nrc.nl



## AANJAGING CAMPAGNE IN PRINT

- Met kleine advertenties in de krant (formaat 1/10) werd de campagne onder de aandacht gebracht bij de doelgroep.
- De effectiviteit van verschillende layouts werd vergeleken: een portretfoto van Remco Claassen versus een illustratie (door Marianne Lock).
- Er bleek geen significant verschil te zijn in conversie.

XTR branded content



Succesvol hybride werken – hoe doe je dat?

Tegenwoordig werken we deels vanuit huis, deels vanuit kantoor. Maar hoe doe je dat succesvol? In de campagne *Succesvol hybride* gaat leiderschapstrainer en auteur Remco Claassen op onderzoek uit.



Lees de artikelen door de qr-code te scannen, of via [nrc.nl/brandedcontent/hp](https://nrc.nl/brandedcontent/hp)

XTR branded content



Succesvol hybride werken – hoe doe je dat?

Tegenwoordig werken we deels vanuit huis, deels vanuit kantoor. Maar hoe doe je dat succesvol? In de campagne *Succesvol hybride* gaat leiderschapstrainer en auteur Remco Claassen op onderzoek uit.



Lees de artikelen door de qr-code te scannen, of via [nrc.nl/brandedcontent/hp](https://nrc.nl/brandedcontent/hp)

## A/B-test aanjaging campagne

Gedurende de campagneperiode is er een A/B-test uitgevoerd bij de aanjaging. Enerzijds werd er een aanjaagbanner opgemaakt met de illustratie, anderzijds met een portret van Remco Claassen. Beide bleken ongeveer even effectief.



## XTR branded content

**Leidinggevende, vind jezelf opnieuw uit!**

Hoe ga je als manager succesvol om het hybride werken? Een duik in de managementboeken levert waardevolle tips op.

Lees verder

## Versie A

**0,45**

Clickthrough rate

## XTR branded content

**Hoe geef je leiding in hybride tijden?**

Een succesvolle leider blijft werken aan zichzelf, zegt Remco Claassen, expert en trainer. Vooral nu: hybride werken stelt nieuwe eisen.

Lees verder

## Versie B

**0,33**

Clickthrough rate

MIINSTE SCORE

## XTR branded content

**Hybride leidinggeven: hoe doe je dat?**

Leidinggeven aan een team dat deels thuis werkt en deels op kantoor is een uitdaging. Wat zeggen de managementboeken erover?

Lees verder

## Versie C

**0,50**

Clickthrough rate

BESTE SCORE

## AANJAGING CAMPAGNE ONLINE BANNERING

- Om de content onder de aandacht van de doelgroep te brengen, werd er een bannerpakket op nrc.nl ingezet.
- We vergeleken de effectiviteit van verschillende banners.
- Voor het verhaal *Hybride leidinggeven: vind jezelf opnieuw uit* hebben we getest met de inzet van verschillende koppen en intro's.
- We ontdekten een significant verschil en zetten de best scorende variant in.



### Toename geholpen merkbekendheid



Index **122**

### Toename merkvoorkeur



Index **147**

### Toename Net Promoter Score\*



Index **170**

‘De campagne zorgt voor een **significante stijging** op de doelen van HP, een groei in merkbekendheid en merkvoorkeur.’\*\*

## BRANDED CONTENT EFFECTMETING

- Om het effect van de campagne te meten zijn er voorafgaand en na de campagne metingen uitgevoerd. De resultaten van de blootgestelde groep werden vergeleken met die van de niet blootgestelde groep.
- Zowel de geholpen als de spontane merkbekendheid laten een significante stijging zien.
- HP scoort het best op merkvoorkeur ten opzichte van zijn concurrenten.
- Binnen deze meting is de content beoordeeld op diverse factoren, zoals de relevantie en geloofwaardigheid van de artikelen en of ze passen bij HP.
- De artikelen scoren op veel van deze factoren op of boven benchmark.



## Uitingen passen bij HP



**Index 121**  
t.o.v. benchmark



**Gemiddelde  
rapportcijfer 7.0**

## Uitingen zetten aan tot actie



**Index 129**  
t.o.v. benchmark

**Conclusie: de artikelen vallen in de smaak bij de lezer. De waardering en herkenning scoren boven benchmark.**

## KLANTREACTIE BERT DE GROOT, MARKETING MANAGER BENELUX, HP



'We kozen voor een samenwerking met NRC branded content, omdat we het thema hybride werken goed wilden uitlichten.

Daarnaast wilden we de bijpassende oplossingen die HP biedt nader uitleggen. Met een simpele banneradvertentie hadden we niet de verdieping kunnen maken, zoals we dat in deze brandedcontentcampagne gedaan hebben.'

'We kijken terug op een mooie campagne. De uitwerking van de content was zeer vakkundig, de illustraties waren van goed kwalitatief niveau en de samenwerking werd goed gecoördineerd door het team van NRC branded content. Dat het effectiviteitsonderzoek boven verwachting hoge resultaten liet zien, zorgt ervoor dat wij zeer tevreden zijn!'