



**Focus houden op wat écht belangrijk is.**

### Boodschap

Interpolis biedt slimme oplossingen en relevante producten en diensten voor de zakelijke markt. Daarbij gaat de verzekeraar een stap verder dan alleen het bieden van verzekeringen. Interpolis helpt zijn klanten te focussen op wat écht belangrijk is.

## OPDRACHT INTERPOLIS

### Doelen

- Interpolis positioneren als waardevolle partner (voor o.a. verzekeringen) in de zakelijke markt.
- Merkvoorkeur en -overweging van Interpolis verstevigen bij de zakelijke doelgroep.

### Hoe

Met een duidelijke merkpositionering en klantformule wil Interpolis relevante thema's, die spelen in de wereld van ondernemers en de maatschappij, bespreekbaar maken.

### Doelgroep

- Ondernemers in het midden- en kleinbedrijf.
- Eigenaren, financieel directeuren, HR-verantwoordelijken en ZZP'ers.

## Een journalistieke benadering, van én voor betekenisvolle ondernemers.



### Luister de podcast

Hoe word én blijf je een aantrekkelijke werkgever?

### QUOTES VAN ONDERNEMERS

“Je moet tussen je mensen staan”

“Harder groeien dankzij vermindering van stress”

“Dé les voor elke ondernemer: zorg dat je je papierwerk op orde hebt”

## Inhoudelijke belofte

De campagne Onderneming van betekenis. biedt een reeks inspirerende gesprekken met bevlogen ondernemers, die verantwoordelijkheid nemen in de grote maatschappelijke vraagstukken van nu. Deze ondernemers van betekenis jagen, naast een financieel doel, maatschappelijke doelen na. Welke uitdagingen gaan zij aan en hoe focussen zij op wat echt belangrijk is?

## CONCEPT

## ONDERNEMING VAN BETEKENIS.

### Journalistieke benadering

- Een redactionele insteek.
- Voorzien van kwaliteitslabel XTR branded content.
- Crossmediaal concept: digitaal, print en audio.
- Onafhankelijke ondernemers aan het woord.
- Tips van én voor betekenisvolle ondernemers, die focussen op wat echt belangrijk is.



Online partnerpagina



Organische aanjaging homepage nrc.nl



Print met QR doorvertaling naar online



Online verhalen en podcasts



Aanjaging met banners en podcastspots

## Optimale contentflow

NRC branded content vertaalde het concept Onderneming van betekenis. naar de verschillende platforms van NRC. De acht artikelen werden zowel in de digitale omgeving als in de papieren krant geplaatst. Daarnaast is een serie van vier podcastafleveringen gepubliceerd. Door de inzet van banners op nrc.nl en in de NRC Audio app, pre-rolls binnen het NRC-podcastnetwerk en QR-codes in de papieren krant ontstond een optimale contentflow.

## MIDDELEN DIGITAAL, PRINT EN AUDIO



8 x artikelpagina op nrc.nl.



8 x 1/1 pagina artikel in NRC Weekend.



4 x podcastaflevering en 4 x bijbehorende artikelpagina op nrc.nl.



Aanjaging podcast via QR-codes in print.



Aanjaging podcast via bannering op nrc.nl en via NRC Audio-app.

### Toename merkoverweging



Interpolis.

Index **162**

### Toename merkvoorkeur



Index **183**

### Toename Net Promoter Score\*



Index **183**

“De laatste meting laat overtuigende cijfers zien: een **significant effect** op merkoverweging, merkvoorkeur en het aantal promoters van Interpolis.”\*\*

## BRANDED CONTENT EFFECTMETING

Om het effect van de campagne te meten zijn voor en tijdens de campagne vier metingen uitgevoerd. Hierbij werden de resultaten van de blootgestelde groep vergeleken met die van de niet blootgestelde groep.

De resultaten van het onderzoek tonen significante effecten op vrijwel alle 16 imago-statements, waaronder op de statements merkoverweging en merkvoorkeur.

Daarnaast droeg de campagne bij aan een versteviging van de positie van Interpolis op de zakelijke markt: significant meer mensen associëren Interpolis met de zakelijke markt (+13%).

## Stijging op imagostatements

+13%

Significant meer mensen  
associëren Interpolis met de  
zakelijke markt.



“Interpolis associeer  
ik met de  
zakelijke markt.”

## Toename positieve merkassociaties



Index **162**

## KLANTREACTIE JURGEN SURSTEDT, LID DIRECTIETEAM



‘In samenwerking met mediabureau  
Mindshare hebben we gekeken welke partij  
qua visie en bereik van de doelgroep het  
beste bij ons paste. NRC kwam als dé match  
naar boven.’

‘De journalistiek inhoudelijke expertise van  
NRC branded content zorgt ervoor dat we  
effectieve, waardevolle, relevante en goede  
content hebben ontwikkeld. Tot op de dag  
van vandaag zijn we blij met deze  
samenwerking.’

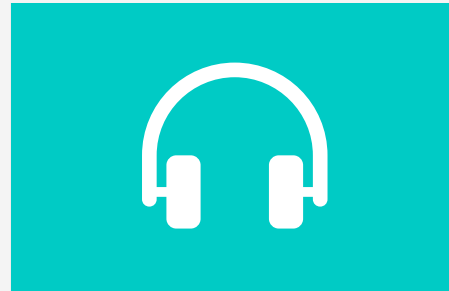
“Gedurende de campagne werden **associaties positiever** en vonden  
significant meer mensen de imago-statements aansluiten bij Interpolis.”\*

## Bereik podcastreeks



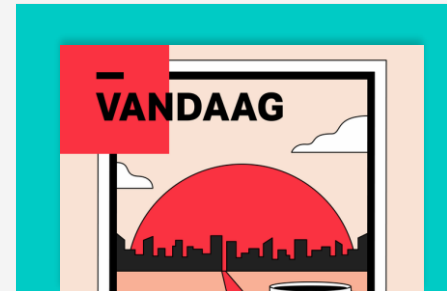
**12.000**  
beluisteringen

## Gemiddelde luistertijd



**18**  
minuten

## Aankondiging in het NRC-podcastnetwerk



**1.000.000**  
pre-rolls

## SUCCES PODCASTREEKS

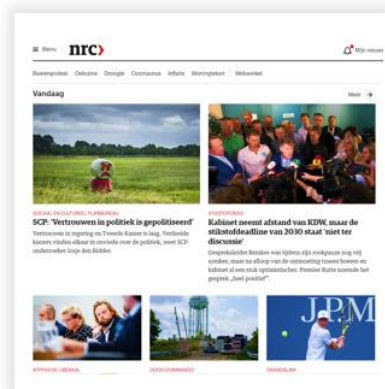
De vier afleveringen van de podcastreeks Onderneming van betekenis. scoorden op alle evaluatie-KPI's boven benchmark.

De resultaten van de effectmeting\* onderschrijven de toegevoegde waarde van de podcastreeks binnen de campagne. De termen 'duidelijk en relevant', 'passend bij Interpolis' en 'vertelt iets nieuws' werden het meest genoemd bij de evaluatie.

Het succes van deze eerste podcastreeks overtuigde Interpolis om in 2022 een vervolg te maken van acht afleveringen.

“De podcast wordt als zeer **duidelijk en relevant** gepercipieerd. Ook vinden luisteraars de podcastreeks inhoudelijk bij Interpolis passen.” \*

## WAT KAN NRC MEDIA VOOR UW MERK BETEKENEN?



# Interpolis.

## CONTACT

Hoe kunt u de NRC-doelgroep het meest effectief bereiken?

Neem contact met ons op via:

- [sales@nrc.nl](mailto:sales@nrc.nl)
- 020 - 755 3053