



De onderscheidende waarden van DS Automobiles

Boodschap

DS Automobiles is een Frans premium automerk, dat zich in zijn segment onderscheidt op het gebied van vakmanschap, exclusiviteit, luxe en elegantie. Het merk combineert dit met degelijkheid, betrouwbaarheid en duurzaamheid.

Doelen

- Het vergroten van de bekendheid van DS Automobiles
- Het vergroten bekendheid DS 7 Plug-in hybrid
- Proefritaanvragen (secundair)

Hoe

Met een inhoudelijke contentcampagne waarin Nederlandse ondernemers in Frankrijk worden geïnterviewd. Zo wordt DS Automobiles gepositioneerd als een merk met Franse finesse, dat zich onderscheidt op het gebied van vakmanschap, exclusiviteit, luxe en elegantie. De DS 7 Plug-in hybrid krijgt speciale aandacht in de campagne.

Doelgroepen

- Potentiële bestuurders (primair)
- Fleetowners (secundair)

Vraag

Aanpak

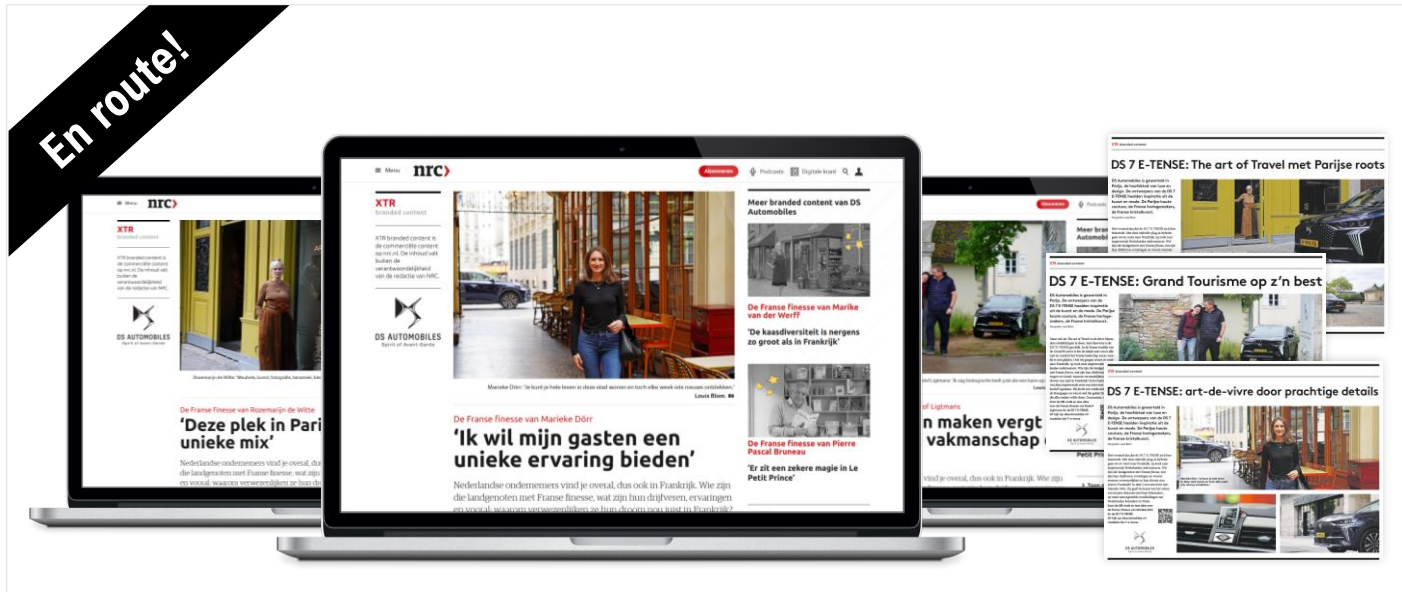
Middelen

Resultaten



DS AUTOMOBILES

Travelling is an Art: Op bezoek bij ondernemende Nederlanders met Franse finesse



Inhoudelijke belofte

Vanuit liefde voor Frankrijk kozen deze ondernemende Nederlanders ervoor in Frankrijk hun onderneming op te zetten. In een DS 7 Plug-in hybrid bezoeken we deze mensen met Franse finesse, die precies het gevoel van raffinement uitstralen en zo de merkwaarden van DS op een inspirerende manier belichten.

Concept **Franse finesse**

Journalistieke benadering

- Redactionele insteek
- Voorzien van kwaliteitslabel XTR branded content
- Cross-mediaal concept: online en print
- Echte ondernemers in Frankrijk aan het woord
- Op subtiele manier aandacht voor het merk DS Automobiles en de DS 7 Plug-in hybrid
- Herkenbare en consequente beeldtaal

Vraag

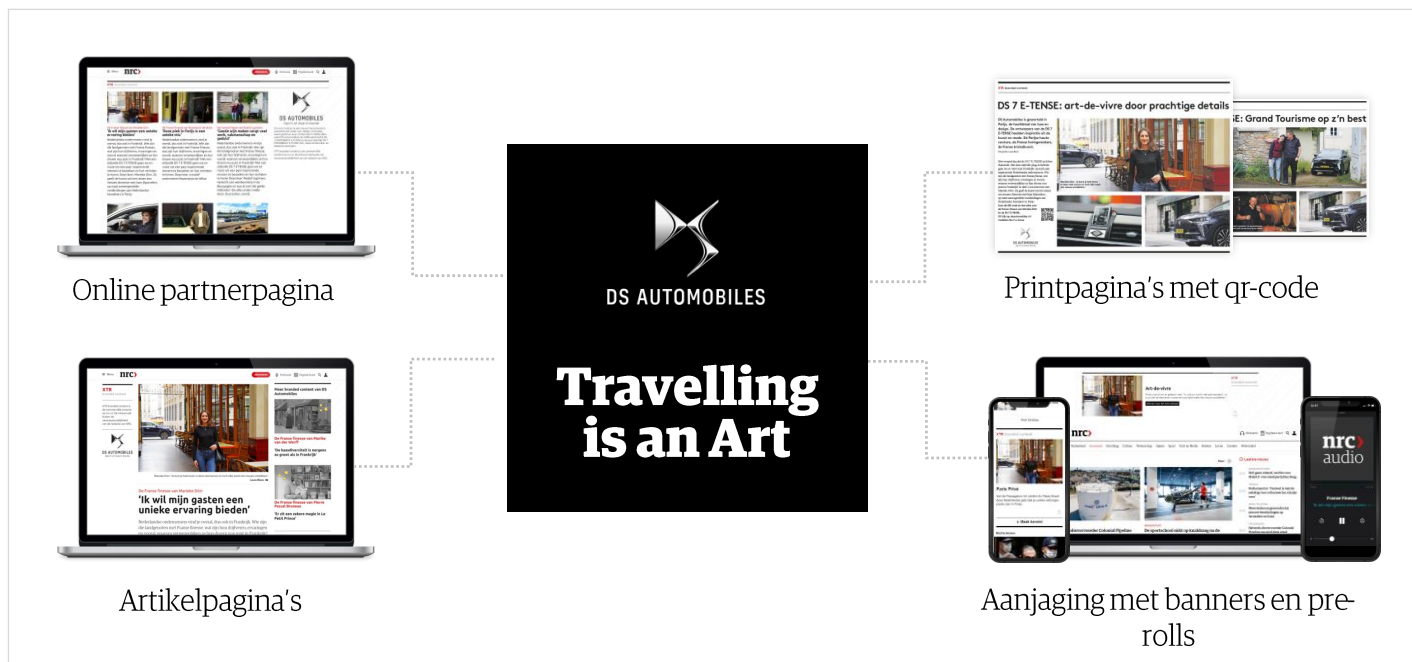
Aanpak

Middelen

Resultaten



DS AUTOMOBILES



Optimale contentflow

XTR branded content vertaalde het concept *Travelling is an Art* naar de verschillende platforms van NRC. Een interviewreeks van drie afleveringen vormt de kern van de campagne, die online en in print werd gepubliceerd. QR-codes nodigden de doelgroep uit verder te lezen en een proefrit aan te vragen. De printuitingen werden ook in de digitale editie gepubliceerd. Zo ontstond een optimale contentflow.

Middelen

Online en print



Partnerpagina met alle DS Automobiles-content gebundeld



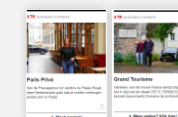
3 x artikelpagina op nrc.nl



3 x 1/2 pagina in NRC Weekend, inclusief digitale editie van NRC



Aanjaging campagne via pre-roll via NRC Audio-app



Aanjaging campagne via bannering op nrc.nl

XTR branded content

Vraag

Aanpak

Middelen

Resultaten

Toename naamsbekendheid

Succesvolle boodschapoverdracht



DS AUTOMOBILES

De naamsbekendheid van DS Automobiles onder de bereikte doelgroep is gestegen met **index 142**. De totale bekendheid van de DS 7 Plug-in hybrid is gestegen met **index 183**.



83%

van de bereikten vindt de **inhoudelijke boodschap van DS Automobiles duidelijk**

Effectieve brede inzet van middelen

In de campagne werd gekozen voor een brede inzet aan middelen. De resultaten tonen aan, dat dit van toegevoegde waarde is geweest voor het behalen van de resultaten. Alle kanalen dragen bij aan het succes van de campagne; de NRC-gebruiker is in de breedte bereikt door deze middelenmix.



30%

van de podcastgebruikers heeft de **pre-roll** gehoord



21%

van de gebruikers heeft de **campagne online** gezien



17%

van de gebruikers heeft de **campagne in print** gezien



DS AUTOMOBILES



XTR branded content

Vraag

Aanpak

Middelen

Resultaten



DS AUTOMOBILES



**Van de bereikten
is 58%
geïnteresseerd in
DS Automobiles**

ten opzichte van 31%
van de niet-bereikten



**Van de bereikten
overweegt 60%
een DS 7 Plug-in
hybrid**

ten opzichte van 23%
van de niet-bereikten



**73% heeft de
intentie de
website van DS
Automobiles te
bezoeken**

Verbeterde houding ten aanzien van DS Automobiles

De interesse, de aanschafintentie (als geld geen rol speelt) en de intentie voor websitebezoek zijn significant hoger onder NRC-gebruikers die bereikt zijn door de campagne.

Bron: GfK-onderzoek, 14 December 2023



XTR branded content

Vraag

Aanpak

Middelen

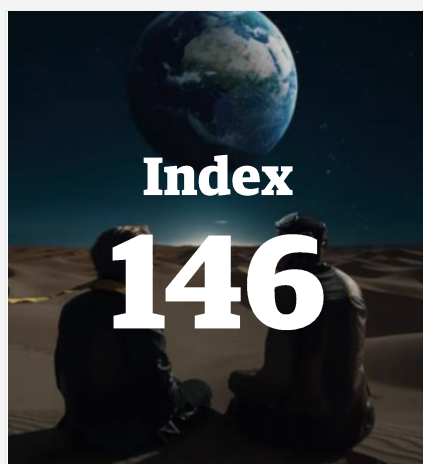
Resultaten

Stijging op merkwaarden

Bereikten vinden 8 van de 9 onderzochte merkwaarden significant beter bij DS Automobiles passen dan niet-bereikten.



Groei op de merkwaarde
betrouwbaarheid



Groei op de merkwaarde
**duurzaamheid
onderbouwd**



Groei op de merkwaarde
**premium
rijervaring**



DS AUTOMOBILES



XTR branded content

Vraag

Aanpak

Middelen

Resultaten

Testimonial



Patrick van Rumt

Marketing Communicatie Manager
DS Automobiles Nederland

Waarom koos DS Automobiles voor een samenwerking met XTR branded content?

'Gezien de goede fit tussen het profiel van de NRC-lezer en de doelgroep van DS Automobiles (en dan specifiek de DS 7 Plug-in hybrid) hebben we - na een uitgebreid pitchtraject - gekozen om een brandedcontentpartnership met NRC aan te gaan. We streven naast awareness binnen de juiste doelgroep ook naar conversie voor de DS-modellen.'

Wat vind je van de uitwerking van de content?

'Er zijn hele mooie connecties gevonden, die perfect het vakmanschap weergeven wat ook in de DS-modellen naar voren komt. In ieder zijn of haar vakgebied.'

Ben je verrast tijdens campagneperiode?

'We zijn zeker verrast door de originaliteit en flexibiliteit betreffende het selecteren, finaliseren en visualiseren van de branded content.'

Is DS Automobiles tevreden met de resultaten van de campagne?

'De resultaten zijn in lijn met de verwachtingen die we hadden. Een uplift in merkbekendheid, modelbekendheid en merkvoorkeur. Precies die zaken binnen de doelgroep die we voor ogen hadden.'



DS AUTOMOBILES



XTR branded content

Advies en inspiratie op maat

We kijken er naar uit u te inspireren en informeren, zodat u de mogelijkheden van NRC kunt ontdekken. Bel of mail ons voor een persoonlijk gesprek.

We geven u graag een advies op maat.



sales@nrc.nl



[+31 \(0\)20 755 3053](tel:+31(0)207553053)



adverteren.nrc.nl