

Ny nordisk kunde til Very

11. jun 13 | [Bureauer](#) | Skrevet af Susanne Ingemann |



Foto:Scanpix

Community Marketing-bureauet Very har i første kvartal af 2013 løst flere forskellige opgaver for Nestlé-brandet Nescafé – nu har bureauet også vundet en kontrakt på brandet på tværs af Norden.

Community marketing-bureauet Very har det seneste år oplevet markant stigende interesse for sine utraditionelle løsninger – ikke kun i Danmark, men i hele Norden.

I starten af 2010 åbnede bureauet kontorer i Oslo og i Stockholm, siden da har man arbejdet på tværs af skandinaviske markeder for bl.a. glacéau vitaminwater, Nescafé og Burn Energy - og nu har Very vundet en ny stor kontrakt - på nordisk niveau - for Nescafé.

Nordic Marketing Manager hos Nescafé, Claus Boysen, siger:

- Hos Nescafé ønsker vi at introducere yngre målgrupper for kaffe og hele stemningen omkring det at nyde en kop varm kaffe. Jeg kender Very fra tidligere, da jeg arbejdede hos Coca-Cola. Jeg vidste derfor, hvad de stod for, og de var det oplagte valg.

Offline vs. online

Konkret bliver opgaven at skabe et troværdigt content mix mellem offline-aktiveringer og online engagement ved at indgå i brand-relevante communities - et af Verys succesfulde produkter siden starten i 2006.

- Ud fra et nordisk perspektiv er snow communityet med ski og snowboarding et oplagt og passioneret miljø, som passer rigtig godt sammen med Nescafé, da man både har brug for positiv energi og noget at varme sig på. I den forbindelse har Very allerede bevist, at de kan levere stærke content-løsninger og skabe relevans i målgruppen, og det er især grunden til, at vi fortsætter det gode samarbejde, siger Claus Boysen.

Very har leveret content-produktioner med samlede eksponeringer over 4,5 mio. i foråret, bl.a. Nescafé Masterclass med community-profiler i snow-miljøet og integreret social media for at skabe synergi mellem off- og online.

Kombinationen mellem content-aktiveringer på tværs af medier er også det, Very skal fokusere på fremover for Nescafé.

- Gennem forskellige opgaver har vi vist, at vores community-strategi virker ved solidt

samarbejde med relevante community-profiler som for eksempel den norske PRO skiløber Anders Backe, der var coach ved Nescafé Masterclass, siger stifter og ejer af Very, Thomas Bjerg, og fortsætter:

- Vi har altid troet på, at det er i målgruppen den sande kreative kraft eksisterer. Derfor er det vores metode at involvere og samarbejde med repræsentanter direkte fra de communities, som kunden ønsker at interagere med. Dette gør, at kundens aktiviteter er med til at bygge trends direkte med målgruppen i stedet for at reagere på dem.

Af samme grund har Very ikke in-house "kreative" ansatte, men derimod aktive community plannere, der direkte repræsenterer de netværk, som kunden ønsker at interagere med. På den måde hjælper de til at skabe værdi på tværs af medier, så det bliver relevant for slutbrugerne.

- At skabe relevans mellem off- og online-aktiviteter er et af vores nøgleprodukter – det har allerede skabt gode resultater og vi er derfor også meget stolte over at have vundet en nordisk kontrakt med Nescafé, siger Thomas Bjerg.

Du kan se et udpluk af Nescafé's community marketing-aktiviteter [her](#) og i filmen herunder.

Share

Debat-regler

Vi ønsker en sober debat på markedsføring.dk, og derfor indfører vi tre regler:

- › Anonymiserede indlæg slettes uden begrundelse. Hvis debat skal give mening, skal vi stå ved vore holdninger.
- › Person-angreb, motivforskning og lignende angreb på "manden" fjerner vi skønsomt. Gå efter bolden, kære læsere.
- › Den tredje regel handler om markedsføring af eget bureau eller person. Den går ikke. Det burde være indlysende for folk i kommunikations-branchen, men nu er princippet knæsat. Og det er redaktionen, der er den ultimative dommer.