



van Beats naar Bakken

Hoe Bizzey en **Dr. Oetker**
Mensen Activeerden





Even voorstellen.



Luca Meij

Content Director
EssenceMediacom



Maud Schellekens

Senior Client Lead Brand Partnerships
Talpa Network



Karman Kui

Digital & Media Manager
Dr. Oetker



Deze case gaat over..

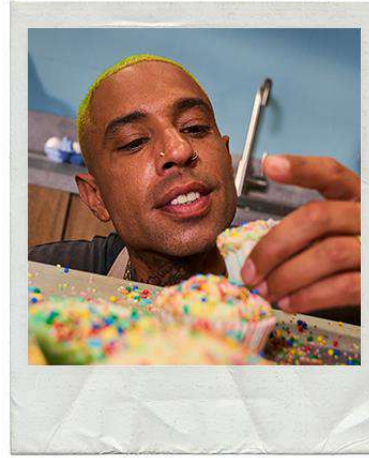
Hoe je van een

productgerichte campagne

gaat naar een

maatschappelijke missie.





Bij content is de doelgroep en de leefwereld het uitgangspunt.



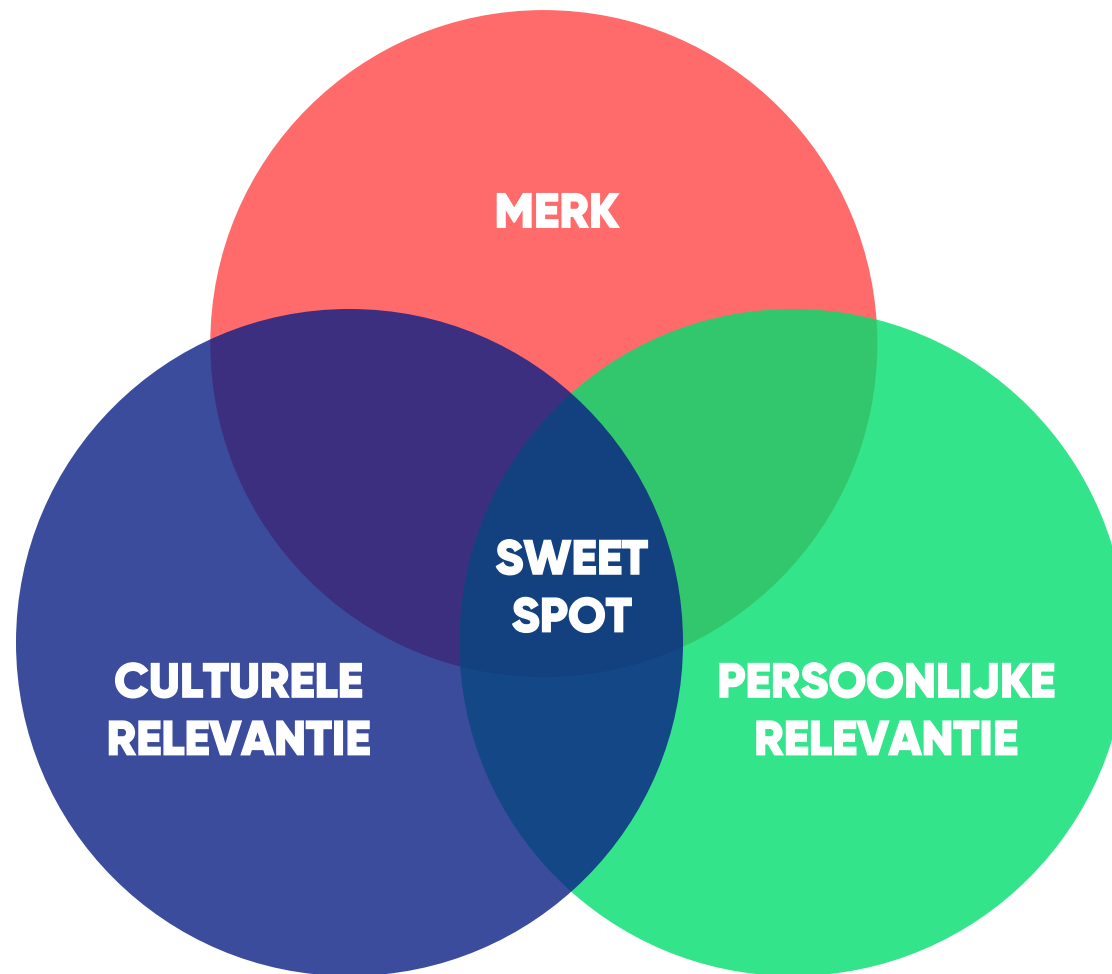


Zo werd een
briefing over een
cupcake mix een
merkcampagne.



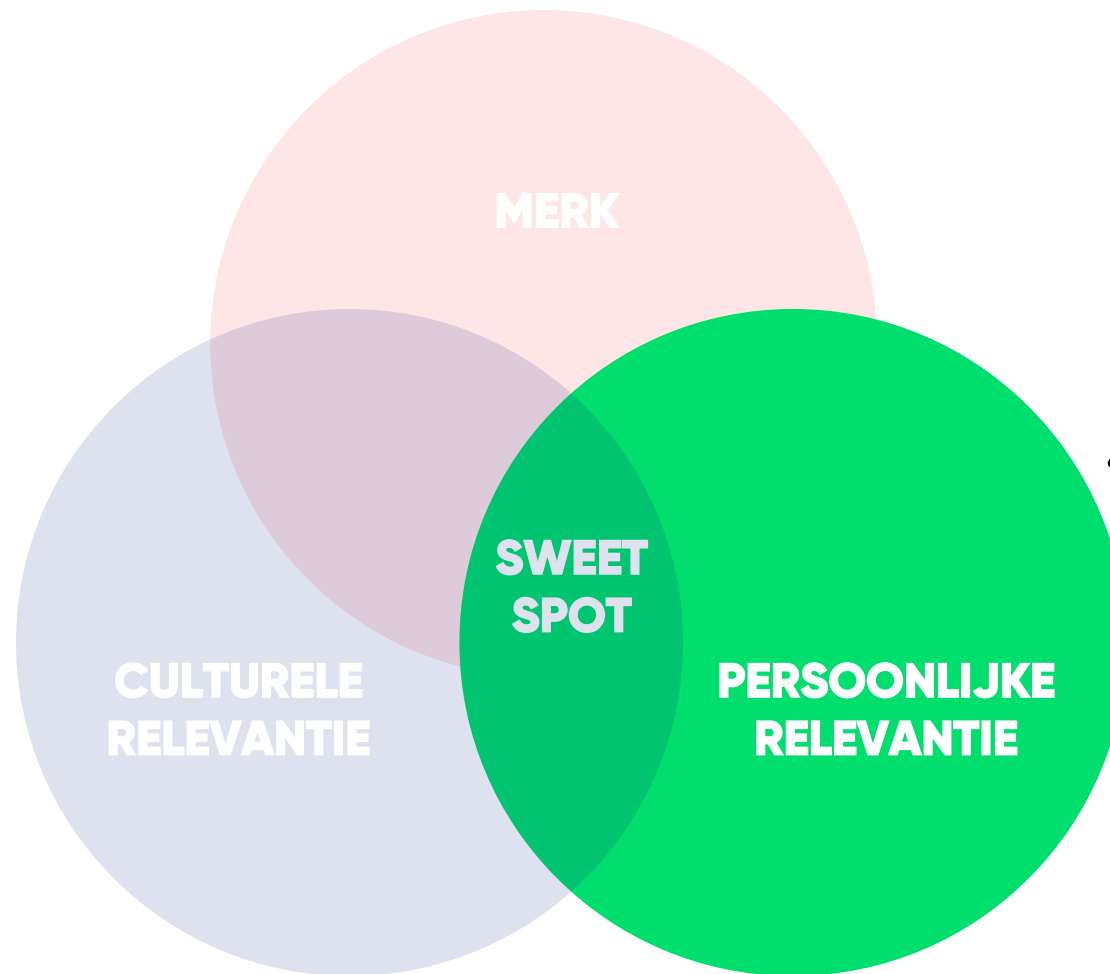


Focus op 3 elementen.





Voor persoonlijke relevantie in de drijfveren van de doelgroep duiken.



Persoonlijke relevantie

- Bakken is een vorm van naastenliefde en doen we wanneer we willen trakteren, zoals bij een verjaardag
- 69% koopt liever producten van merken die zich inzetten voor sociaal bewuste doelen

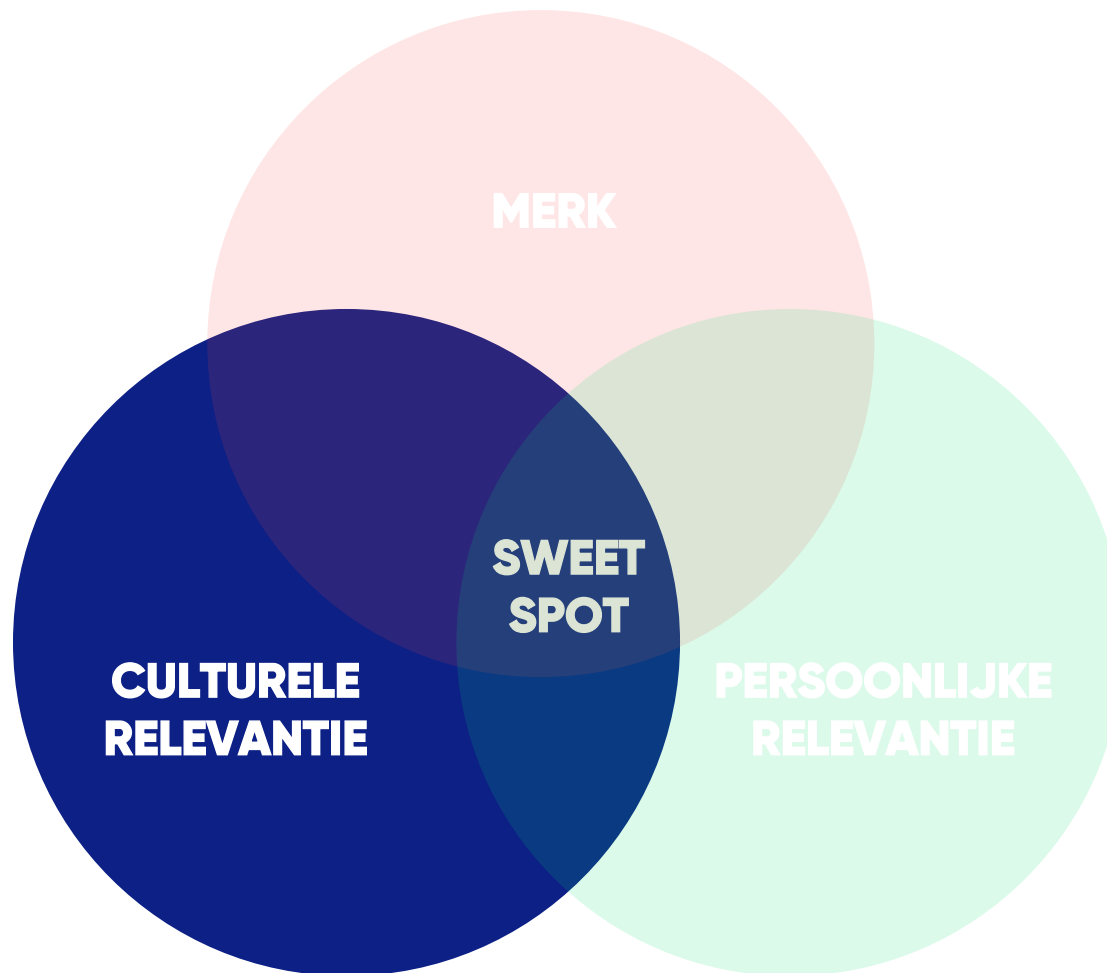


Voor culturele relevantie inspelen op actualiteiten in de cultuur en/of samenwerken met de cultuur

Culturele relevantie



In NL kunnen meer dan 150.000 kinderen niet trakteren op hun verjaardag (Stichting jarige job)

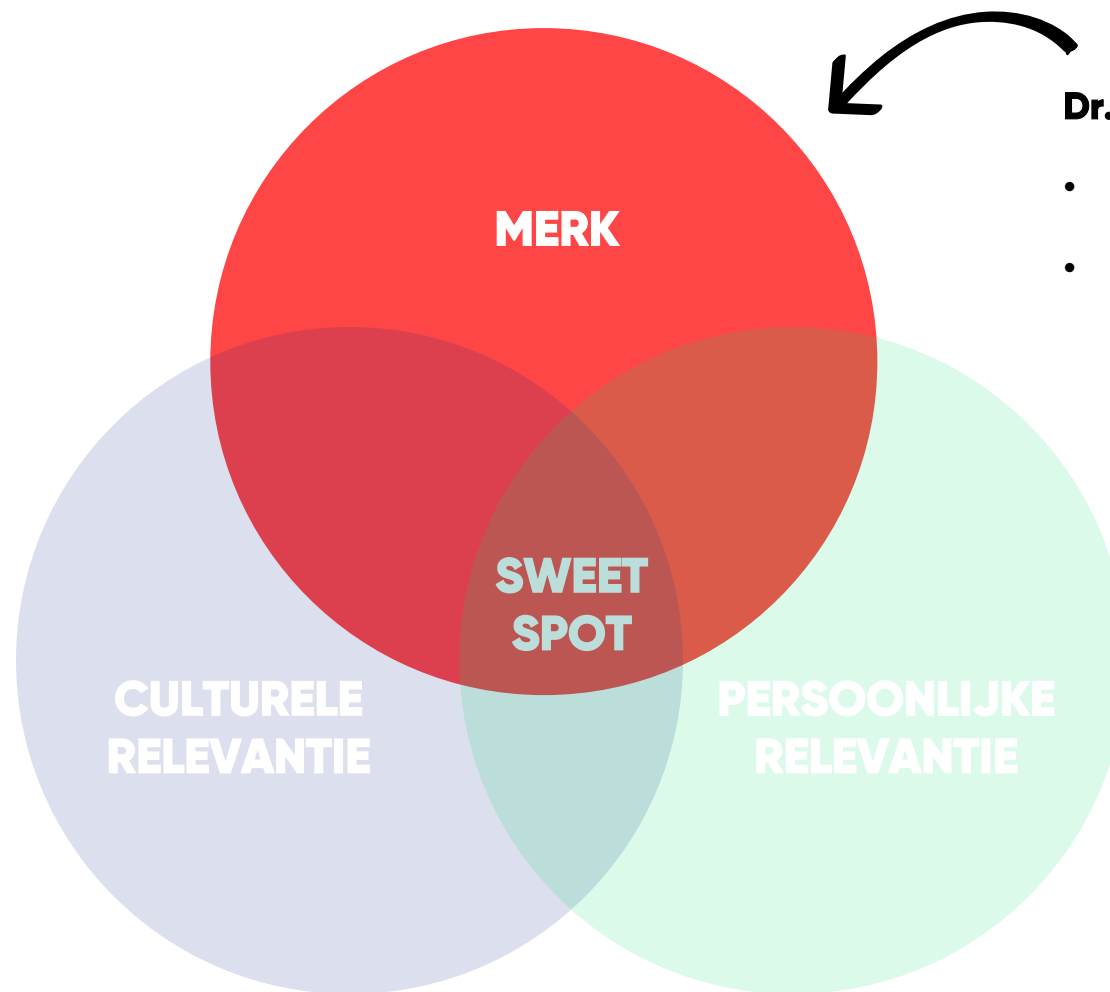


Persoonlijke relevantie

- Bakken is een vorm van naastenliefde en doen we wanneer we willen trakteren, zoals bij een verjaardag
- 69% koopt liever producten van merken die zich inzetten voor sociaal bewuste doelen



Een maatschappelijke insteek past perfect bij Dr. Oetker



Dr. Oetker

- Verkoopt een breed scala bakmixen
- Van oudsher een familiebedrijf en wil maatschappelijk betrokken zijn bij families en kinderen

Culturele relevantie

In NL kunnen meer dan 150.000 kinderen niet trakteren op hun verjaardag (Stichting jarige job)

Persoonlijke relevantie

- Bakken is een vorm van naastenliefde en doen we wanneer we willen trakteren, zoals bij een verjaardag
- 69% koopt liever producten van merken die zich inzetten voor sociaal bewuste doelen



De ideale match: Dr. Oetker x Stichting Jarige Job

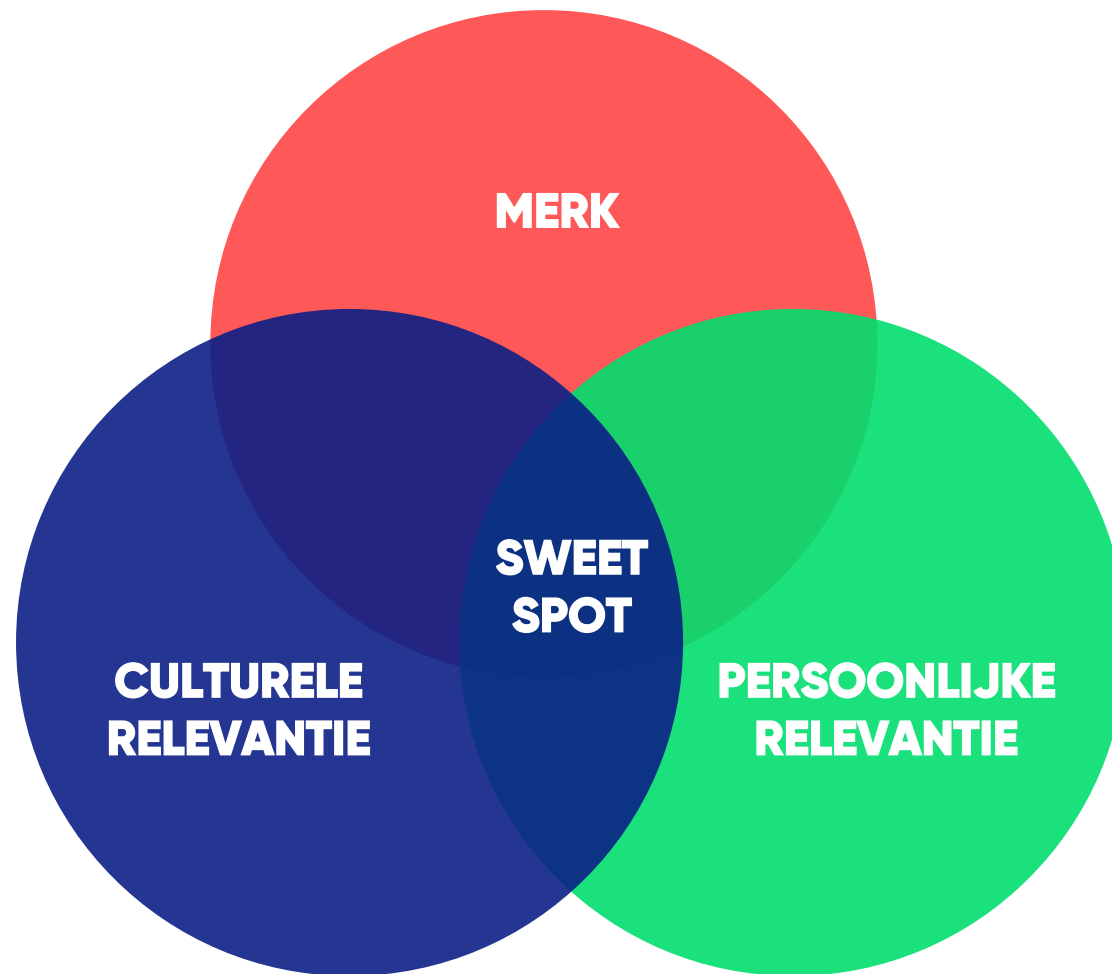




Voor culturele relevantie inspelen op actualiteiten in de cultuur en/of samenwerken met de cultuur

Sweet spot **#BakHetVerschil**

- **Dr. Oetker** laat op een relevante manier mensen in contact komen met hun bakmixen en versterkt merkimago.
- **Stichting Jarige Job** ontvangt extra bekendheid en cruciale steun.
- **Consumenten** voelen zich goed over hun bijdrage aan een goed doel.





**Een nieuw
succesvol "recept"
voor Dr. Oetker.**





De campagne versterken door samen te werken met Talpa.

- Verhogen **geloofwaardigheid en relevantie**
- **Authentieke verbinding** met doelgroep
- **Vergroten bereik** van de campagne



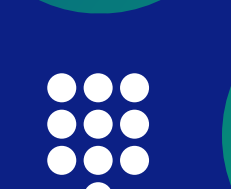


Van missie naar media: hoe we het vertaalden naar **content.**





Samen met onze partners laten we Nederland bakken, voor een goed doel én een glimlach.





Het *creatieve hart* van de campagne.









Dr. Oetker bakt voor Stichting Jarige Job



Zoeken op internet

Energie rekening flink omlaag door deze simpele truc

Magnesium druppels van Zechsal. Het zuiverste magnesium. Bestel direct...

SEVIL Grazia NL + Volgen 27.7K Volgers

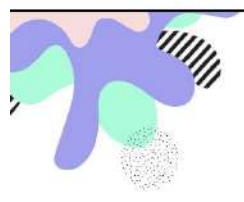
Rapper Bizzey krijgt eigen bak-serie

Artikel door Chanel Menzen • 2 m • 2 minuten leestijd



teenmag

NEWS BEAUTY BODY CELERS FASHION LIFESTYLE



Naar overzicht



Bakken met Bizzey: de rapper lanceert een eigen bakprogramma

Media / 2 MAANDEN BELEDEN / DOOR MAJ



Home / Showbizz

Rapper Bizzey krijgt eigen bak-serie

Bizzey kennen we als coole artiest van grote hits zoals *Traag* en *Ja!* Maar hij gooit het nu over een andere boeg. De rapper is binnenkort samen met kinderen te zien in een nieuwe videoserie van LINDA. waarin hij te bewonderen is als bakker.

Showbizz Chanel Menzen 04 nov. 2024 | 10:17

ritch voor Bizzey?

lijkt een eigen serie waarin hij gaat bakken met kinderen: Bakken met Bizzey. Voor! it Dr. Oetker en Stichting Jarige Job, wil hij aandacht creëren voor kinderen die hui thuis geen geld voor is. De videoserie 'Bakken met Bizzey' heeft drie afleveringen embat, te zien op LINDA.nl. Vind jij dit een goede actie? Laat het weten!

FUN HOME NEWS XCHART MUSIC PODCASTS VIDEOS YOUR



ENTERTAINMENT

Bakken met Bizzey: artiest verschijnt binnenkort als bakker in eigen serie

20

GirlsScene

NEWS FASHION BEAUTY LIFESTYLE FILMS & SERIES ASTROLOGIE LOVE

NEWS

Van zakken naar bakken: Bizzey begint zijn eigen

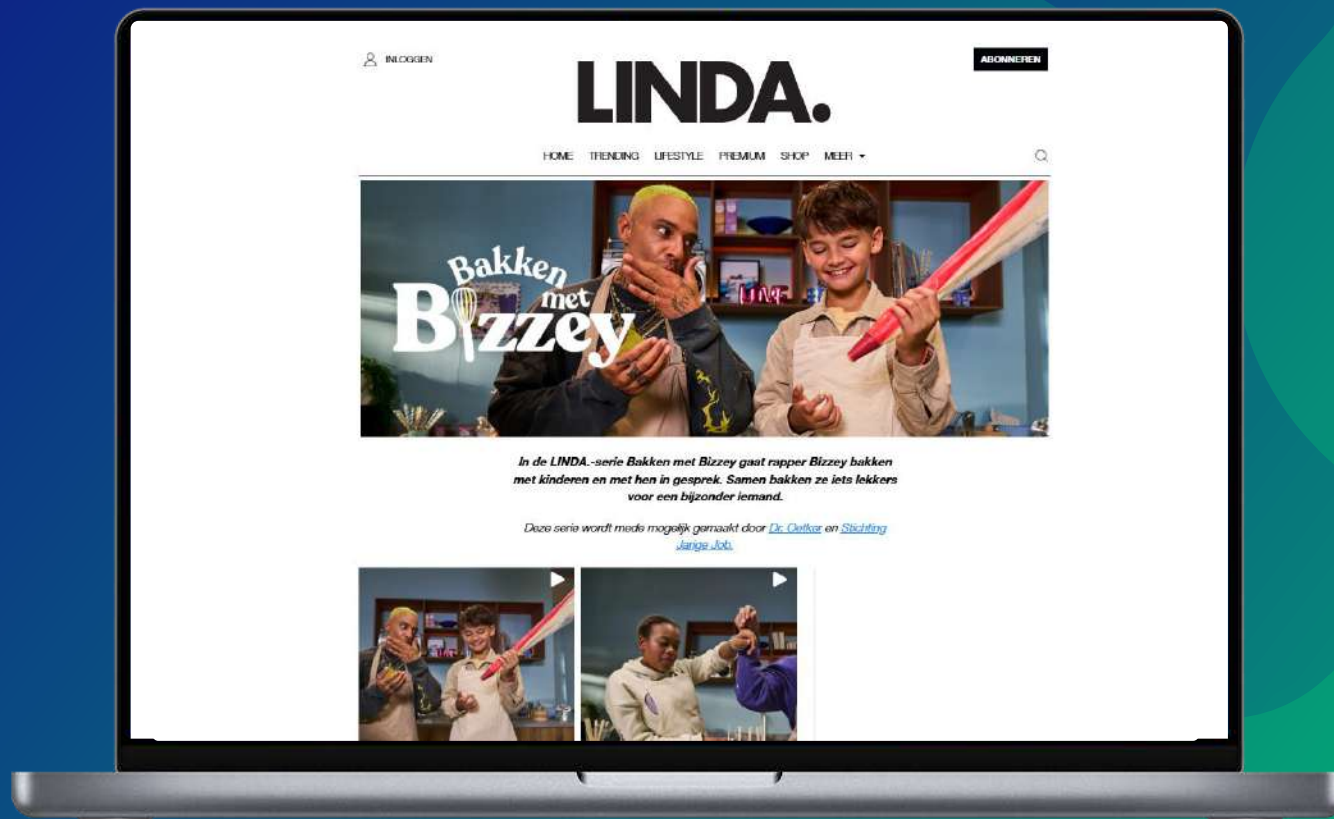
nummers: *Traag*, *Ja!* en *ZIN IN D* rapper gaat namelijk samen met in de nieuwe videoserie van LINDA.

Interviews Agenda



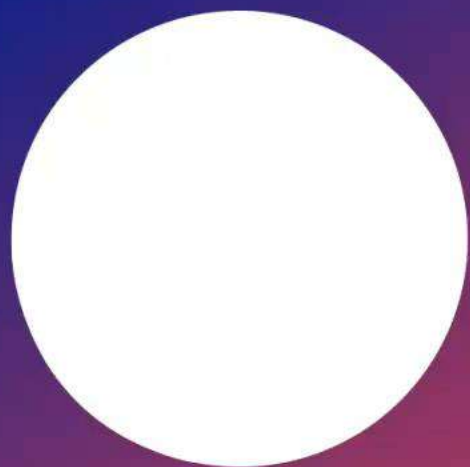


LINDA. als hero content – meer dan een bakserie.





#BakHetVerschil
van content naar beweging.





5,5 miljoen mensen
kwamen in contact
met de campagne

Awareness.



5,5 miljoen mensen
kwamen in contact
met de campagne

**81% vond het
duidelijk** dat Dr.
Oetker bijdraagt
aan de missie
van SJJ

Inspiratie.



5,5 miljoen mensen kwamen in contact met de campagne

81% vond het duidelijk dat Dr. Oetker bijdraagt aan de missie van SJJ

Meer mensen gingen bakken – en **735 kinderen** kregen een verjaardagsbox (t.w.v. €35).

Activatie.



Content in Motion

Wat betekent het voor ons?

Content in Motion.

✓ Content die verder gaat dan ***zichtbaarheid.***

Content in Motion.

- ✓ Content die verder gaat dan ***zichtbaarheid.***
- ✓ Die niet alleen aandacht trekt, ***maar ook iets losmaakt.***

Content in Motion.

- ✓ Content die verder gaat dan ***zichtbaarheid.***
- ✓ Die niet alleen aandacht trekt, ***maar ook iets losmaakt.***
- ✓ Die mensen raakt en ***aanzet tot betrokkenheid.***

#BakHetVerschil

liet zien dat een simpel idee
– bakken voor een ander –
écht impact kan maken.



Wat was het
recept voor succes?

Wat was het recept voor succes?

✓ Een ***maatschappelijk relevante missie*** – dichtbij, persoonlijk en actueel

Wat was het recept voor succes?

- ✓ Een **maatschappelijk relevante missie** – dichtbij, persoonlijk en actueel
- ✓ LINDA. gaf het verhaal de juiste **emotionele kracht**

Wat was het recept voor succes?

- ✓ Een **maatschappelijk relevante missie** – dichtbij, persoonlijk en actueel
- ✓ LINDA. gaf het verhaal de juiste **emotionele kracht**
- ✓ Bizzey verraste – en zorgde voor **geloofwaardigheid én bereik**

Wat was het recept voor succes?

- ✓ Een **maatschappelijk relevante missie** – dichtbij, persoonlijk en actueel
- ✓ LINDA. gaf het verhaal de juiste **emotionele kracht**
- ✓ Bizzey verraste – en zorgde voor **geloofwaardigheid én bereik**
- ✓ Een **simpele call-to-action** verlaagde de drempel om mee te doen.

ER HINGEN
SLINGERS,
ER WAS
TAARTEN
IK KREEG
ZELFS EEN
CADEAU

LIEKE (6) VIERDE DIT JAAR
VOOR HET EERST HAAR
VERJAARDAG MET FAMILIE

LINDA.



linda • Volgen

Betaald partnerschap met
droetkerbakken_nl



MIJ JE ZEN
KAYNE BAKT SAMEN MET BIZZEY
VOOR ZIJN VADER: 'ONZE BAND I
SINDS DE SCHEIDING HEEL STER



GEZELLIG EEN MIDDAGJE BAKKEN, MAAR OOK NOG EE
VOOR HET GOEDE DOEL. WANT @DROETKERBAKKEN_I
STEUNT 'SICHTING JARIGE JOB MET ELK VERKOCH
BAKPRODUCT!
WIJ BAKKEN DEZE CURCAKES VOOR OPA EN OMA. 🥰

Voor welk bijzonder
persoon zou jij iets willen
bakken?

Mensen kopen geen producten, ze
kopen verhalen waarin ze geloven.

#BakHetVerschil liet zien hoe groot de kracht is van één goed verteld verhaal

#BakHetVerschil liet zien hoe groot de kracht is van één goed verteld verhaal – ***verspreid via één sterk netwerk.***



Vragen?

