

Beste landelijke promotie: Kraft Foods

TUC van LU is een product dat bij uitstek geschikt is om 's avonds 'gewoon' lekker op de bank te eten. Moederorganisatie Kraft Foods heeft de bank als rode draad verweven in de campagnes voor TUC en greep het thema dan ook aan voor de sloffenpromotie van TUC die een SuperIntro won voor Beste landelijke promotie. Wieteke Janssen, brand marketer bij Kraft Foods: "De bank staat voor het gewone, alledaagse thuismoment".



Wieteke Janssen en Rob van der Horst van Kraft Foods: "Ook in 2012 wordt opvolging gegeven aan het 'bankthema'".

De consument kreeg bij drie actieverpakkingen TUC gratis sloffen en maakte daarnaast kans op een van de vier bankconcerten van Jeroen van der Boom. De TUC Sloffenpromotie liep drie weken vanaf half september en werd flink ondersteund. TUC wist overigens ook nog even in te spelen op een politieke situatie met een paginagrote advertentie in de Telegraaf 'voor Geert Wilders' met de tekst "Geert, als je dan toch uit je slof schiet... Doe eens normaal en pak deze."

De Sloffenpromotie had twee belangrijke doelstellingen, aldus Janssen. "Enerzijds zetten we met een instore actie in op sales, anderzijds wilden we ook aan de 'gewone' positionering van TUC bouwen. Directe sales is natuurlijk een onderdeel van de actie, maar ook een lange termijninvestering." Het 'bankplatform' werd in 2009 voor het eerst ingezet voor promoties rondom TUC. Ook in 2012 zal opvolging gegeven worden aan het thema.

Voor iedereen

Rob van der Horst, promotion manager bij Kraft Foods: "De retail heeft zeer positief gereageerd op de Sloffenpromotie, mede door de directe omzet die de sales genereerden. Bovendien ervaren zij het als uniek dat de display hetzelfde blijft, maar de inkleding en aanvulling verandert. De shoppers worden continu verrast op

de winkelvloer en dat heeft een positief effect op een impulsproduct als TUC". Een belangrijk aspect was voor Kraft Foods ook dat iedereen kon meedoen aan de actie. "Bij de 250 grootste winkels konden de klanten de sloffen gelijk meepakken, bij de overige winkels kon de consument de sloffen bemachtigen aan de hand van opgestuurde actiecodes", zegt Van der Horst. "Mooi om beloond te worden met een SuperIntro voor alle inspanningen. Vooral de waardering van de winkelvloer is belangrijk."

