



Home
Bureau Nieuws
Media Nieuws
Marketing Nieuws
Financieel Nieuws
Nieuwsbrief
Fonk
RWdbase
RWjobs
Agenda
Barometer
Campagnes
Column
Hoe is het met
Jobhoppers
Kijkcijfers
Review
Tips
Webshop

Abonnementen  
Adverteren  
Colofon  
Contact



## Marketing Nieuws

### BN'er in reclame werkt niet echt

05-06-2009 -

**Bekende Nederlander gebruiken om een actie van je merk, bedrijf of product aan te prijzen? Bespaar je de moeite en het geld: 83 procent van de Nederlandse consumenten is hier niet gevoelig voor. Uit onderzoek blijkt dat slechts 10 procent meer vertrouwen in een adverteerder heeft als er een BN'er aan verbonden is.**



Sterker, zo'n bekend gezicht dat een speciale actie aanprijst maakt dat een kwart denkt dat er juist een addertje onder het gras zit. Zo gelooft bijna driekwart van de ondervraagden niet dat zangeres Anouk ook daadwerkelijk bij de ING bankiert, en geeft liefst 98 procent aan dat Natasja Froger (noch Maurice de Hond) hen niet verleidt om over te stappen naar de Nederlandse Energie Maatschappij.

#### Vier ton

'Bekende Nederlanders blijken dus helemaal geen enorme trekkers', zegt Martijn Beenen van mediabureau Stroom in het AD. 'Ongelooflijk dat daar nooit eerder onderzoek naar is verricht. ING betaalde Anouk vier ton voor de campagne. Voor ik zo'n immens bedrag zou uitgeven zou ik toch wel even willen weten of het effectief is. Niet dus.'



#### Kritisch

Sowieso zijn consumenten kritisch over acties van bedrijven. Marktbureau De Vos & Jansen concludeerde uit haar enquête (voor mediabureau Spannend, het nieuwe actiemarketinglabel van Stroom) dat men bij de helft van de acties het voordeel te laag vindt.

Mensen die al klant zijn van een merk, zijn wel meer ontvankelijk voor een promotie en zien meer onderscheiding en hogere brand fit. Dit zou betekenen dat (kortlopende) acties klantenbinders zijn en veelal niet zozeer leiden tot nieuwe klanten. Voor het onderzoek werden negen actiecampagnes getoetst, zoals die van ING (gratis stormparaplu), Bol.com (10-jarig bestaan), C1000 (stickers plakken) en Radio Veronica (win een Ferrari).



te winkelen.

Nike's campagne was redelijk bekend en heeft een kleine respons opgeleverd maar wel uit de juiste doelgroep en met weinig waste gecommuniceerd. De acties van CêlaVita, Radio Veronica en BP waren een beetje bekend en hebben met name klanten op korte termijn en lange termijn verleid.

[Terug naar de vorige pagina](#)

#### Reacties

Ja hallo het hele idee van een bn-er is toch juist om mensen te laten praten over een bepaald merk... heb je gezien dat Jan Mulder nu de Postbank reclames doet?

**Bert** @ 05-06-2009 10:00 uur

#### Reacties

Commentaar wordt gewaardeerd, mits u de reactieregels respecteert. Door te reageren, geeft u aan [deze regels](#) te hebben gelezen en er mee in te stemmen. De redactie van RW Online behoudt zich te allen tijde het recht voor reacties die niet aan de regels te voldoen, te wijzigen of te verwijderen. Uw e-mailadres wordt uitsluitend gevraagd om misbruik van de reactiemogelijkheden te voorkomen. Uw e-mailadres wordt niet op de site getoond en wordt niet gebruikt voor marketingdoeleinden. We bewaren uw gegevens strikt vertrouwelijk.

Naam :

E-mail adres :

Reactie :

Gegevens onthouden?

Ja  Nee

Zoek



#### Meest gelezen artikelen

De vijf populairste artikelen van deze week:

- Blijft 'Even Apeldoorn bellen' bestaan?
- Twitter is alleen voor de echte fans
- Gouden kabouter voor ADCN
- Vrouw heeft bikini-angst
- Content Marketing onder de loep

**Nieuwe collega?** Geef het door via [jobhoppers@reclameweek.nl](mailto:jobhoppers@reclameweek.nl)!

#### Jobs van de dag

De nieuwste banen, nu op **RWjobs**  
(Jr.) Traffic/Projectmanager (Utrecht)  
Planner (Hilversum)  
Corporate Communicatie Manager (Heerlen)  
Webdeveloper (Amsterdam)  
Interim Adviseur met Defensie ervaring (Den Haag)  
Meer banen? Kijk op [RWjobs.nl](#)

#### Poll van de week

**Maurice de Hond vraagt ons vertrouwen aangaande de energie van NEM...**

- Leuk, De Hond is zelf ook erg betrouwbaar! Kuch (!)
- Schoenmaker. Leest. Dat soort dingen.
- Geen probleem, ik geloof Maurice op zijn woord.
- Ach, De Hond had nog een rekening te vereffenen via justitie.
- Alles beter dan mevrouw Froger.