

Inhaken op de leefwereld van de moderne jeugd

Via Hyves, website en app meer jongeren bereiken

Quantore Europe breidt de activiteiten die zijn gericht op de **schoolgaande jeugd** aanzienlijk uit. De schoolfolder wordt komend jaar ondersteund met een website en een app, er is instore materiaal, in landelijke media worden advertenties geplaatst en **Quantore helpt ondernemers** als zij lokaal willen adverteren. Op netwerk-site Hyves moet een **Cool4School-pagina** de aandacht trekken.

door Jaap van Ekeris

Met de acties haakt Quantore Europe in op de leefwereld van de hedendaagse jongere. Tegenwoordig heeft bijna iedere scholier immers een mobieltje of smartphone, waarmee deze massaal surft, whatsapp't en sms't, sociale netwerksites als Hyves en Facebook bezoekt en online producten bestelt. Als toonaangevende distributeur van kantoorbenodigdheden kun je daar niet aan voorbijgaan, vinden ze bij Quantore.

GROTER BEREIK | Tijdens de Paper & Convenience Show legt Manager Marketing Wilbert Hofmeester uit waarom is gekozen voor de nieuwe aanpak. Hij illustreert zijn verhaal met een aantal treffende cijfers. "Onze schoolfolder wordt verspreid in een oplage van achthonderdduizend stuks. Daarvan verdwijnt tweëntwintig procent ongelezen in de prullenbak; het maximale bereik ligt dus veel lager. Veertig procent van die ontvangers heeft kinderen, de helft daarvan heeft een kind in de doelgroep. Voor circa honderdvijfentwintigduizend huishoudens is de folder echt interessant. Het effectieve bereik is iets minder dan de helft van dat aantal, laten we zeggen vijftigduizend. En dat terwijl de doelgroep bestaat uit 1,2 miljoen kinderen."

"Quantore gaat mee met de tijd."

waarop scholieren hun spullen kunnen bestellen. Verder zal een speciale app worden ontwikkeld. En in diverse landelijke media zullen advertenties verschijnen. "Denk hierbij aan meisjes- en jongensbladen, zoals Cosmo Girl, Donald Duck of Hitkrant." Voor de kantoorvakhandel komt volop instore materiaal beschikbaar. Tevens zijn standaard advertenties beschikbaar die ondernemers in lokale kranten kunnen plaatsen. De schoolfolder wordt als krant uitgegeven en telt ditmaal zestien pagina's. In de krant wordt een duidelijke link gelegd met de site en de app.

SCOTTY PIMPEN | Nieuw is ook een Cool4School-pagina op Hyves. Op deze pagina zal een prominente rol zijn weggelegd voor Scotty, een grappig poppetje dat jongeren naar eigen keuze kunnen aankleden, of pimpen zoals Hofmeester het noemt. "Het is de bedoeling dat jeugdige gebruikers hun sociale netwerk inzetten om stemmen te krijgen voor hun Scotty. Als ze veel respect verdienen van vrienden, kennissen en anderen maken ze kans op een leuke prijs. Bijvoorbeeld een trip (met een groep vrienden) naar de Efteling. De winnende poppetjes worden op de website Cool4School geplaatst. Het mooie is natuurlijk als jongeren elkaar weten te bereiken en, uiteindelijk, elkaar enthousiast maken voor bepaalde producten."

De online acties starten in mei en lopen tot en met september. <<



De schoolfolder van Quantore wordt onder meer ondersteund met een speciale app.



DONALD DUCK | Zo bezien is het logisch, stelt Hofmeester, dat de folder gezelschap krijgt van andere marketingmiddelen om meer jongeren te bereiken. Zo gaat in mei een website live, inclusief een webshop,

Scotty, een grappig poppetje dat jongeren naar eigen keuze kunnen aankleden.