

VICE+ OP ZOEK NAAR HET ECHTE MERKVERHAAL



Jongeren zijn een kritische doelgroep. Zij voelen haarfijn het verschil aan tussen doorsnee reclame en relevante content met een authentiek verhaal. Daarom vragen merken VICE+ om branded content voor campagnes te ontwikkelen.

“Om jonge mensen te bereiken moet je weten wat er echt speelt in hun leefwereld,” zegt Sarah de Boer, Commercial Director VICE+ NL, “Jonge mensen zijn gevoelig voor merkwaarden die cultureel en maatschappelijk relevant zijn. Je kunt als merk iets toevoegen maar ook onderdeel worden van de thema’s die er voor hen toe doen, zoals cultuur, diversiteit, zelfexpressie, technologie en muziek. Hierbij is het wel belangrijk dat je als merk oprecht en geloofwaardig bent. Met onze jarenlange kennis van, en ervaring mét, jonge doelgroepen kunnen we merken daarbij helpen.”

VICE+ brengt reportages, nieuws en documentaires recht in het hart van de doelgroep. Scherp, rauw, maar ook vermakelijk en bizar. In Nederland bereikt VICE+ 4,5 miljoen mensen per maand, zowel via social als op de website. In Europa is VICE+ in 6 landen aanwezig. Grote merken rollen vanuit Nederland cross-market campagnes uit die tot leven komen binnen het VICE ‘ecosysteem’.

“Wil je de aandacht van jonge mensen, dan moet je als merk iets te bieden hebben”, zegt Jasper Vierboom, Creative Director VICE+ NL & BE. “Wij bedenken verhalen die jonge mensen willen lezen en zien. Dat doen we lokaal en internationaal, met productieteams ter plaatse. Lokaal produceren is belangrijk om authentiek te blijven.”

Met een eigen research- en insights afdeling, Information Desk, doet VICE+ continu onderzoek naar wat de doelgroep bezighoudt. Deze insights worden direct gebruikt als bron voor nieuwe branded content. “Onze kennis van de doelgroep is van grote waarde voor merken die daar aansluiting bij willen vinden.”

WWW.VICE.COM/NL

