



TALK

*We eat, sleep, challenge and work  
We learn, we love, we fight and work  
We are proud to be young capital  
Find your work*

*Top-selectief-jongerenpakket van Ster works!*

## YOUNGCAPITAL BEREIKT JONGVOLWASSENEN BIJ NPO

Werk, werk, werk. Maar dan anders. Out of the box, ongepolijst, dynamisch, echt en eerlijk met een duidelijke doelgroep voor ogen: jongeren. Jongeren zijn onmisbaar voor elk bedrijf en YoungCapital laat zien dat privé en werk onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. ‘Work’ was alles behalve een standaard jongerencampagne en blijkt in deze unieke vorm dan ook écht te werken.

Merken met jongerencampagnes kiezen niet altijd voor inzet op televisie. En als men een campagne uitzendt, dan zijn de commercials weinig spraakmakend. Toch koos YoungCapital voor een tv-campagne om haar vernieuwende boodschap te communiceren. Het bedrijf maakte een geheel nieuwe reclamecampagne gericht op hun main targetgroup: jongvolwassenen. Samen met Ster is gekozen voor het top-selectief-jongerenpakket met inzet op NPO 3.

En met succes! NPO 3 bleek een perfecte aanvulling in de totale zendermix met het hoogste netto bereik onder 25- tot 39-jarigen (47%). Deze toevoeging van Ster resulteerde in het grootste aandeel in uniek bereik (+10,9%). En dat met relatief weinig GRP's.



LISTEN



LEARN



*“Onze Work-campagne heeft impact, dat zien we. Specifieke inkoop rondom de jongvolwassenprogrammering van de NPO vergrootte ons bereik en onze bekendheid onder jongeren in Nederland.”*

*Suzanne van der Cammen, Head of Marketing @ Communications YoungCapital*



Ster

versterkt je tv-commercial



## GEGEVENS CAMPAGNE EN AANPAK

<b>Adverteerder:</b>	YoungCapital
<b>Product:</b>	YoungCapital - vacatures voor studenten, starters en young professionals in heel Nederland
<b>Boodschap:</b>	Proud to be YoungCapital – YoungCapital is de grootste jongerenspecialist van de Nederlandse uitzendbranche
<b>Doelstelling:</b>	Merkbekendheid onder jongeren genereren op B2C
<b>Doelgroep:</b>	25-39 (inkoop)
<b>Campagneperiode:</b>	3 t/m 30 oktober 2016
<b>Mediumtypen:</b>	tv, out of home, radio en online display (geen Ster)
<b>Tv-zenders:</b>	NPO 3, RTL, BrandDeli (Comedy Central, XITE, Discovery)
<b>Programma's NPO:</b>	Streetlab op reis, Marlijn de dolende dertiger, Lieve S-S-Sanne, Spuiten en Slikken specials, Toren C, Zondag met Lubach, Love me gender, Rundfunk, Hunted, Ruben en de idioten en Sophie In De Kreukels

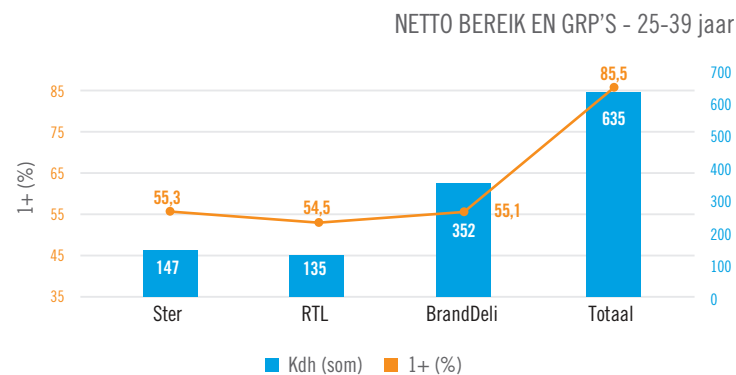
Slogan 'Proud to be YoungCapital' en 'YoungCapital is het uitzendbureau voor studenten, starters en young professionals' blijken zeer duidelijke positie-elementen.



Deze commercial trekt de aandacht en is origineel.



## Resultaten campagne YoungCapital



- Bereik (25-39) per zender:** NPO 3: 47,0%, RTL4: 33,2%, Comedy Central: 20,6%
- Uniek/toegevoegd bereik (25-39):** Ster: +10,9%, RTL + 9,6%, BrandDeli 8,5%
- Stijging totale bekendheid (jongeren):** van 29% naar 51% (index 176)
- Stijging spontane bekendheid (jongeren):** van 4,9% naar 15% (index 306)

## Work van YoungCapital verkozen tot beste reclamemuziek

Eind 2016 behaalde het jongerenuitzendbureau de hoogste notering binnen de Adformatie Reclamemuziek Top-20! Naast het bijzonder creatieve camerawerk geïnspireerd door de jaren 80, bleek ook de muziek de nieuwe look-and-feel te versterken en in de smaak te vallen. Na een adembenemend slotoffensief wist YoungCapital met 39% van de stemmen de hoofdprijs binnen te halen.

*Respondenten geven aan dat YoungCapital een zelfverzekerd, actief, jong, origineel en uniek imago heeft. Bij de jongere doelgroepen (25-) zagen we dat deze aspecten nog sterker worden teruggekoppeld.*