

Nieuwe campagne voor Fuji instax door IN10

Campagne voor instax mini 9 claimt de fun van instant camera's

16 NOVEMBER 2017, ROTTERDAM

SAMENVATTING

'Instax-waardige' momenten worden vanaf nu vastgelegd met de nieuwste release van de populaire Fuji instax camera serie, de instax mini 9. IN10 is als creative agency verantwoordelijk voor strategie, concept en executie van de nieuwe campagne, waarin de doelgroep in opvallende ads wordt aangesproken met "Follow your instax". Kies je kleur & creëer je eigen instax moment!

De instax mini 9 is de opvolger van de succesvolle mini 8 camera, die al door meer dan 200.000 Nederlandse jongeren omarmd is als dé instant photo-camera waarmee je bijzondere momenten vastlegt. IN10 baseerde de nieuwe campagnestrategie en concept op inzichten uit een 0-meting begin 2017, learnings uit de daarop volgende online campagnes voor merk en cameramodellen, de performance monitoring daarvan, interviews met de doelgroep en trend research door trendbureau Trndmrkr.

Het resultaat is een online campagne met stoppingpower en brand-impact, onder een zeer moeilijk bereikbare doelgroep van meiden in de leeftijd 16-24 jaar.

Ongepolijst en spontaan

Typisch: de prints van de instax-camera's lenen zich bijzonder goed voor het delen op Instagram. *"Op instagram doet iedereen zo perfect. De prints zijn van een écht moment. Het is juist heel cool dat die foto's een beetje rauw, ongemaaft aanvoelen. Het helpt dan dat er een soort van 'authentieke' filter op komt, een beetje nostalgisch."* Vandaar dat de campagne het direct heel goed doet op Instagram; dit is waar de doelgroep zit, en waar het product heel relevant is.

Ook belangrijk: de camera's hebben een hoge likeability-factor. Zien = willen hebben. En een instax moment = daar wil je aan meedoen. *"Er ontstaat altijd iets... als je een instax bij je hebt. Mensen willen direct even tijd maken om op de foto te gaan. Het leuke is dat je daarna direct die foto samen kan zien."* Daarom staat de beleving van het product, het moment, centraal in de campagne.

Concept-rationale

De instax mini 9 draait om plezier, stijl, selfie's en - vooral - heel veel leuke, grappige, bizarre en bijzondere momenten. Wat die momenten zijn kun je van tevoren niet bedenken, maar wat vaststaat is dat een instax moment draait om instant fun. Dit is uitvergroott in de video's en beelden van de campagne. Alsof het moment buiten de kaders van de instant foto spat wanneer je ernaar kijkt. De

instax foto's die in de campagne worden gebruikt zijn daadwerkelijk met een instax camera geschoten.

'Follow your instax' is de merkcampagne verschillende productcampagnes met elkaar verbindt. Instax gaat over het volgen van je gevoel en de controle loslaten. Dan maak je de leukste dingen mee, en dan maak je de leukste foto's. De instax mini 9 sluit daar perfect op aan, met 5 kleuren om uit te kiezen, een selfie spiegel en een prettige prijs. Een camera die je voor de lol kunt kopen, en waarmee je nog veel meer lol kunt beleven. Dus welke kleur kies jij? Volg je gevoel! Pick your color & Follow your instax.

Shoppers: ouders

Uit onderzoek en resultaten van online resellers blijkt dat de aankopen voor een deel komen vanuit ouders. Qua messaging, bereik en samenwerking met resellers is de campagne dan ook slim ingericht om ook die doelgroep op het juiste moment te bereiken met een 'gift season promo'. Een boodschap die ook via de resellers als Bol.com en Coolblue wordt uitgedragen in lijn met de merkcampagne.

Noot voor de redactie

De campagne loopt t/m week 51.

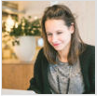
Onderzoeken zijn op aanvraag beschikbaar.



AFBEELDINGEN



CONTACTPERSONEN



Marlies de Gooijer

Brand Strategy Director

010 221 46 00

marlies.de.gooijer@in10.nl

 [m_degooijer](#)



Arno Wolterman

Creative Partner

010 221 46 00

arno.wolterman@in10.nl

 [Arno_Wolterman](#)

OVER IN10

IN10 is een creative digital agency. We helpen merken menselijker te maken door middel van digital hospitality. We ontwikkelen platforms, digitale services en campagnes die merken voorop helpen lopen in tijden van digitale transformatie.



IN10newsroom