

BETAAL MET VIEWS

Betaal als eerste ter wereld je nieuwe auto met Youtube views.

24 APRIL 2017, 24 APRIL 2017, AMSTERDAM

SUMMARY

Tegenwoordig draait in de online wereld alles om views. Vloggers doen er alles aan om zo veel mogelijk views voor hun filmpjes te krijgen en adverteerders betalen veel geld om te zorgen dat hun reclames veel views krijgen. Kortom views zijn geld waard. J. Walter Thompson Amsterdam bedacht met dit inzicht een revolutionaire activatie voor Opel. Je kan nu jouw nieuwe Opel online edition met youtube views betalen.

Als je tijdens een proefrit een video in, om of met één van de Opel Online Edition-modellen maakt, dan kan je met de views die je voor die video krijgt een spiksplinternieuwe Opel Online Edition kopen. Je video moet wel bijzonder worden, want de auto's zijn niet gratis. Je koopt een Opel KARL ROCKS Online edition voor 589.900 views, een Opel Corsa 3-deurs Online Edition kost 739.600 views en voor een Opel Astra 5-deurs Online Edition zijn 922.800 views nodig.

Voor deze activatie hebben we samengewerkt met YouTube om de juiste prijs voor de auto's te bepalen.

“De Betaal met Views campagne is een bevestiging van de innovatieve richting die we met Opel hebben ingezet. Naar ons weten is een dergelijke actie nog niet eerder vertoond en dus een echte wereldprimeur”, aldus Michel Vercruyssen, Marketing Manager bij Opel Nederland. “Wij kijken met veel interesse wat dit experiment gaat opleveren; het gaat natuurlijk wel ergens om. Een auto betalen via een succesvolle video.”



RELEVANT LINKS

 Campaign website
<http://www.opel.nl/betaalmetviews>

IMAGES



SPOKESPEOPLE



Creative Related; Bas Korsten

Executive Creative Director

bas.korsten@jwtamsterdam.nl



Agency Related; Ralph Wisbrun

Managing Partner

ralph.wisbrun@jwtamsterdam.nl



Jessica Hartley

Communication Director

Jessica.hartley@jwtamsterdam.nl

+31 6 421 6 7373

ABOUT J. WALTER THOMPSON AMSTERDAM

We're a local agency with international ambitions. Intergalactic ambitions even. To reach that goal we've transformed the agency quite drastically. For instance, we only have 3 departments: Think, Do and Make. Why? Because you have to keep it simple this day and age to help your clients face an increasingly complex world.



J. Walter Thompson Amsterdamnewsroom