13 januari 2021, 09:00 (CET)

Electro World lanceert door Today is Canday ontwikkelde merkcampagne.

Electro World zet zich met haar regionale karakter nu landelijk sterk op de kaart, met de nieuwe merkcampagne naar aanleiding van de nieuwe door Today is Canday ontwikkelde positionering. Waar de elektronicaketen tot op heden altijd lokaal bekend stond om de totaalontzorger met kwalitatieve producten en service, wil Electro World dit nu ook op landelijk niveau communiceren. Electro World snapt namelijk als geen ander dat iedere gezinssituatie verschillend is en dat ieder huishouden daarom andere behoeften heeft en om een persoonlijke aanpak vraagt.

In een serie aan televisiecommercials, online video's en radiocommercials geproduceerd door campagnebureau Today is Canday en partnering videoproducent Pixelheaven, laten zij dit zien door verschillende thuissituaties te verbeelden, waarin het huishouden gestaag loopt en dan plotseling een huishoudelijk apparaat defect raakt. Dát is het moment waar Electro World zich manifesteert in de thuissetting; als betrouwbare specialist die altijd in de buurt is om te helpen en adviseren.

De huidige doelgroep omvat 35+ers met bovengemiddelde inkomens. Deze doelgroep wil Electro World met de nieuwe positionering en merkcampagne verbreden, door een diversiteit aan leeftijdsgroepen, gezinnen en thuissituaties te laten zien. Uit onderzoek van Electro World blijkt namelijk dat steeds meer jonge mensen ervoor kiezen om in dorpen te gaan wonen – het speelveld waar Electro World ondernemers zich bevinden - én dat deze doelgroep kwaliteit en service steeds vaker verkiest boven een scherpe prijs. Hier speelt Electro World slim op in door, precies in de tijd waarin de woningmarkt op zijn piek is, deze nieuwe doelgroep haar diensten aan te reiken.

Naast de groots aangepakte videoproductie, welke goed zal zijn voor tientallen televisiecommercials en online video's voor alle communicatie voor 2021 en 2022, zal komend jaar ook opvallende communicatie verschijnen in de vorm van social media content. Hierin zullen de 150 ondernemers van Electro World zichzelf neerzetten als de coaches in het werkend houden van het huishouden, en daarmee het "thuisleven". Want, zoals de voice over in de video's luidt: 'thuis gaat het altijd door'.

Voor het samen genieten van uw favoriete programma
ELECTRO WORLD

Voor een smetteloze vloer in een handomdraai
ELECTRO WORLD

Voor een ongestoorde ochtend-routine
ELECTRO WORLD

Voor een altijd draaiende was
ELECTRO WORLD

Voor een altijd opgeruimd aanrecht
ELECTRO WORLD

Voor elke dag een verse maaltijd op tafel
ELECTRO WORLD

Over Electro World

Met 150 winkels door heel Nederland is Electro World, sinds de samenvoeging met Euronics twee jaar geleden, inmiddels uitgegroeid tot de grootste elektronicaketen van Nederland. Tijdens de coronacrisis doet de franchise het bijzonder goed, met ruim 30% meer omzet dan verwacht. De onderscheidende waarden liggen steevast op het lokale karakter, de persoonlijke benadering, vakdeskundigheid en uitstekende service en kwaliteit – van advies tot installatie en reparatie. Hiermee zitten zij net in een hogere prijsklasse, maar steken hiermee wel met kop en schouder uit op het service aspect. Met de onlangs gelanceerde Zorgeloos abonnementendiensten, voor nu gefocust op wasmachines en drogers, verbreedt Electro World haar diensten en spreekt hiermee een bredere doelgroep aan.

Today is Canday