

N=5

🕒 29 oktober 2021, 09:54 (CEST)



De korte dramafilm 'leven in de brouwerij' van ABN AMRO maakt ondernemers bewust van het belang van een duidelijke toekomstvisie.

De twee minuut durende film 'leven in de brouwerij', gemaakt door N=Content, geeft een inkijkje in de dilemma's waar ondernemers nu al voor staan om zich klaar te maken voor de toekomst. De thema's en rapporten van ABN AMRO zijn hierin als basis gebruikt voor de storytelling en de personages van het verhaal. In de film wordt het belang van vooruitkijken onderstreept. Welke rol heeft jouw bedrijf of organisatie in een wereld die verduurzaamt? Kies je om zelf te innoveren of besteed je dit uit? En wat doe je als er zich een overname aandient? De toekomst valt niet te voorspellen, maar je kunt er wel op voorbereiden.

Drama om urgentie te creëren

Anne Stokvis, creative director bij N=content: *“Als het over toekomstscenario’s gaat, voelt dit voor mensen vaak ver weg. Het blijft abstract. Daarom hebben we voor drama gekozen. Daarmee maak je het onderwerp direct invoelbaar en emotioneel. Dat is de kracht van content, omdat je de tijd (en gelaagdheid) hebt om iemand echt iets te laten voelen.”*

Een gelaagde campagne: van storytelling en inspiratie tot praktische tips

In de film staan drie thema’s centraal. Innoveren, verduurzamen en bedrijfsovername. Deze thema’s worden in de verdere campagne uitgediept. Via interactieve banners en social posts vragen de hoofdrolspelers aan ondernemers hoe zij denken over deze thema’s. En in een branded content artikelenreeks samen met NRC gaat ABN AMRO met verschillende experts van binnen en buiten de bank dieper in op de drie thema’s. De artikelen verschijnen de komende maanden in het NRC.

Eva ten Doeschate, marketeer bij ABN AMRO:

“Met deze gelaagde campagne willen we ondernemers echt aanzetten om na te denken over bedrijfscontinuïteit. In de film prikkelen we ondernemers door een voor veel ondernemers herkenbare situatie uit te vergroten. In de lagen daaronder maken we de thema’s concreter en verhogen we de urgentie om na te denken over de toekomst. En op onze website helpen we de ondernemer vervolgens verder met praktische tips en informatie.”

Vervolg #meedenkers campagne

De campagne is een vervolg op de #meedenkers campagne waarin ABN AMRO laat zien dat zij al hun kennis en expertise gebruikt om met haar klanten mee te denken. Eerder verscheen al het e-book de zaak vooruit en een serie talkshows via Linked-in.



Credits _ Leven in de Brouwerij.pdf



Anna Bosscher

Anna.bosscher@nis5.nl

06 54225620

N=5

N=5