

Campagne: Just Chrysanthemum

De inning voor promotie door Stichting Chryson is vanwege de Corona crisis een half jaar stopgezet, dus dat betekent halvering van het promotiebudget in 2020. Maar we doen er alles aan om in de belangrijkste afzetlanden (online) zichtbaar te blijven bij de relevante doelgroepen. Dit om de positieve ontwikkeling met betrekking tot imagoverbetering van de afgelopen jaren voort te kunnen zetten. Hieronder een samenvatting van de belangrijkste activiteiten.

Justchrys.com

Online zichtbaar zijn we via de website

www.justchrys.com

en via eigen social media kanalen via

@justchrysanthemum

(facebook, instagram en pinterest).



Duitsland

- Presentatie op vakbeurs IPM in de stand van Duitse bloemistenvereniging FDF
- Publicatie van 6 pagina's in bloemistenvakblad Gestalten & Verkaufen
- Samenwerking met Duitse bloemistenvereniging FDF. Het creative team is ondertussen gestart met productontwikkeling voor 2021. Op de IPM 2021 zullen ze deze productontwikkeling weer presenteren. En tevens worden beelden hiervan ingezet in alle communicatie richting bloemisten (vakpers, website FDF, social media FDF, nieuwsbrieven). In de tussentijd deelt de FDF online bijna wekelijks chrysanteninspiratie via al hun kanalen, zie bijvoorbeeld de diverse chrysantencreaties op: <https://www.instagram.com/fachverbanddeutscherfloristen/>
- Consumenten PR
 - ✓ Samenwerking met consumentenblad TUSH, gericht op jongere doelgroep (millennials). Zie: online artikel: <https://tushmagazine.com/tush-x-justchrys-com-viele-stiele/>.
 - ✓ Verspreiding van persdossiers (3 totaal)

Verenigd Koninkrijk

In het Verenigd Koninkrijk heeft in de maand juni de facebook competitie i.s.m. vakblad Fusion Flowers gelopen. Hierdoor zijn een maand lang dagelijks chrysantenstukken geplaatst, geliked en gedeeld door honderden (internationale) bloemisten binnen een community van bijna 400.000 bloemisten. Zie posts in de maand juni:

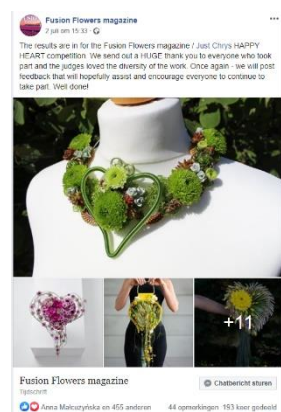
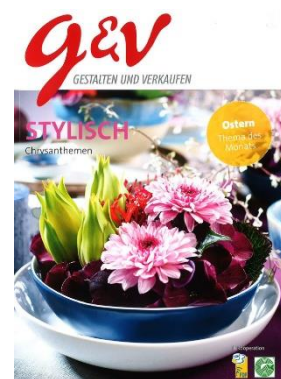
<https://www.facebook.com/FusionFlowersmagazine/>

De wedstrijd is ondertussen gesloten. Winnende inzendingen komen in het magazine van Fusion Flowers (wordt artikel over gemaakt).

In tweede helft van het jaar volgt een tweede competitie, gekoppeld aan magazine. Ook wordt momenteel een video ontwikkeld om online te verspreiden via Fusion Flowers.

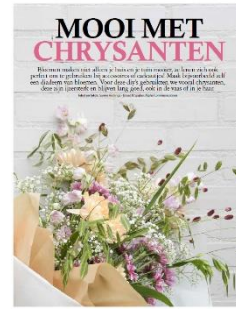
Nederland

- We hebben ingeschreven voor de Trade Fair. We zijn ons er allen van bewust dat de beurs nog veel onzekerheden met zich meebrengt (gaat deze echt door, komen de internationale bezoekers die voor ons relevant zijn?). Maar we vinden dat als de beurs doorgaat, dat we daar moeten zijn. We hebben besloten dat het merendeel van het budget aan inhoud besteed gaat worden. D.w.z.



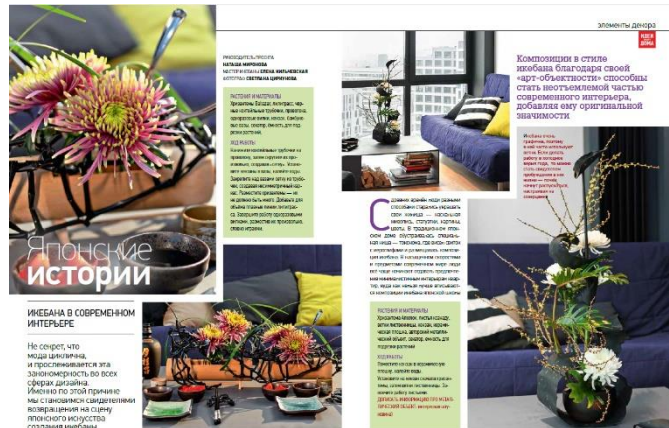
verschillende boodschappen die we willen uitdragen en die we zo goed mogelijk willen uitbeelden en vastleggen zodat ook digitale verspreiding mogelijk is. Mocht de beurs last-minute niet doorgaan, dan kunnen we op andere locatie alsnog de content vastleggen en digitaal verspreiden.

- Consumenten PR. In maart zijn er verschillende samenwerkingen met influencers geweest. In augustus volgt nog een publicatie in consumentenblad Land Idee.



Rusland

- Deelname aan de beurs Flowers Moskou is gecancelld. Risico te groot dat de beurs niet doorgaat of dat we niet de juiste bezoekers gaan treffen.
- Er hebben in Rusland ondertussen 2 online campagnes gelopen: thema Ikebana en thema Pasen. Naast verspreiding op verschillende Russische social media (o.a. in verschillende besloten bloemistengroepen) zijn de campagnes ook teruggekomen in consumenten woonblad (idee voor uw huis), met bereik van 1,2 miljoen lezers. In augustus volgt nog publicatie in vakblad Zvety (thema Ikebana).
- Voor tweede helft van het jaar zullen als alternatief voor de beurs nog een of twee nieuwe campagnes ontwikkeld worden (aansluitend op hetgeen we bij Trade Fair Aalsmeer doen)



Polen

- Publicaties in vakblad NDio
 - In Polen wordt met regelmaat op diverse bloemistensites/ netwerken/ social media chrysantenpublicaties geplaatst.
 - Ook gaan er nieuwsbrieven uit naar Poolse bloemisten en wordt gewerkt met influencers (bloemist) om boodschap te verspreiden.
- Net als andere jaren loopt de promotie t/m juli om vervolgens in november pas weer voort te zetten (i.v.m. lokale productie in najaar)



Retail

We hebben gesprek gehad met verschillende retail leveranciers. We horen terug dat een aantal gezamenlijk ontwikkelde lijnen in Duitsland en Engeland nog steeds goed scoren. Dit najaar mogen we wel kijken hoe we binnen of aanvullend op deze lijnen kunnen doorontwikkelen. Ook volgen gesprekken om te kijken hoe we de positie van chrysant binnen webshops kunnen vergroten.



Voor vragen over promotiecampagne Just chrysanthemum:

Brigitte Hagen
brigitte@conceptfactory.eu
 06-51493362