



in **diverse podcasts**



IKEA

Briefing

IKEA lanceerde een nieuwe recycle service voor dekbedden en hoofdkussens, een laagdrempelige stap richting een circulaire toekomst. Klanten leveren hun oude slaapproducten in bij de servicebalie en ontvangen 15% korting op een nieuw IKEA-product. Het ingezamelde dons en de veren krijgen een tweede leven in nieuwe IKEA-artikelen.

Doel: Met deze campagne wilde IKEA niet alleen bewustzijn creëren en duurzaam gedrag stimuleren, maar ook mensen activeren om daadwerkelijk in actie te komen. Door helder te communiceren hoe eenvoudig meedoen is, verlaagden ze de drempel om oude producten in te leveren, en werd duurzaam gedrag op een positieve manier gestimuleerd.

Inzet: Een combinatie van native sponsoring en social content. Zo werd de boodschap op een authentieke manier verspreid.



IKEA

Podcasts

Om de boodschap krachtig over te brengen, koos IKEA voor een samenwerking met zes podcasts die perfect aansluiten bij hun doelgroep.

De campagne was te horen in *Bo & Pauline: Genoeg Over Ons*, *Kibbeling*, *Voorheen Schaamteloos Randstedelijk*, *Zelfspodcast Zoekt Een Vriendin*, *Aaf en Lies lossen het wel weer op* en *De Grote Gwen & Geraldine Show*.

Door de boodschap te delen via de vertrouwde stemmen van de hosts, kwam deze geloofwaardig en natuurlijk binnen bij de luisteraar.



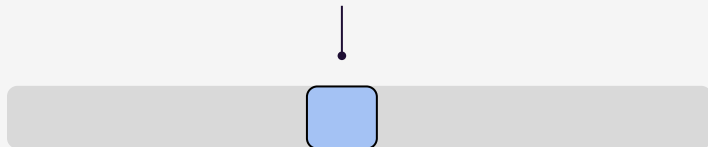


IKEA

Sponsoring

Om de boodschap rondom de nieuwe recycle service kracht bij te zetten, klinkt IKEA in maar liefst elf afleveringen van verschillende podcasts. In elk sponsor segment vertellen de hosts op een persoonlijke manier over hun eigen ervaringen met IKEA en hun nieuwe service.

Sponsoring
±1.5 minuut



Aaf en Lies lossen het wel weer op

Klik op play om de advertentie af te spelen



Voorheen Schaamteloos Randstedelijk

Klik op play om de advertentie af te spelen



Zelfspodcast Zoekt Een Vriendin

Klik op play om de advertentie af te spelen



IKEA Social

Om de impact van de podcast campagne ook op visuele kanalen door te trekken, werd social media ingezet. *Aaf en Lies lossen het wel weer op* plaatste een story en *Bo & Pauline: Genoeg over ons* plaatste het sponsorsegment door.

In beide gevallen werd de samenwerking met IKEA op een natuurlijke en herkenbare manier geplaatst. De content sloot naadloos aan bij de toon van de aflevering én bij de leefwereld van de doelgroep. Door te kiezen voor Instagram Stories werd de boodschap niet alleen versterkt, maar ook direct klikbaar en daarmee extra interactief.

Social



Instagram Stories

Een standaard advertentie, in te vullen n.a.v. de briefing



Instagram Stories

Een doorplaatsing van het segment uit de podcast.



IKEA

Resultaat



Door de combinatie van native sponsoring en een visuele ondersteuning op Instagram Stories, werd de doelgroep op een natuurlijke manier op verschillende momenten bereikt. De hosts brachten het merkverhaal op hun eigen herkenbare wijze, met inhoudelijke uitleg en humor, wat zorgde voor hoge betrokkenheid bij de luisteraars. Dit resulteert in ...



680K +

Beluisteringen behaald met sponsoring

Interactie met

960 +

volgers op social media

55K +

Impressies behaald met social media

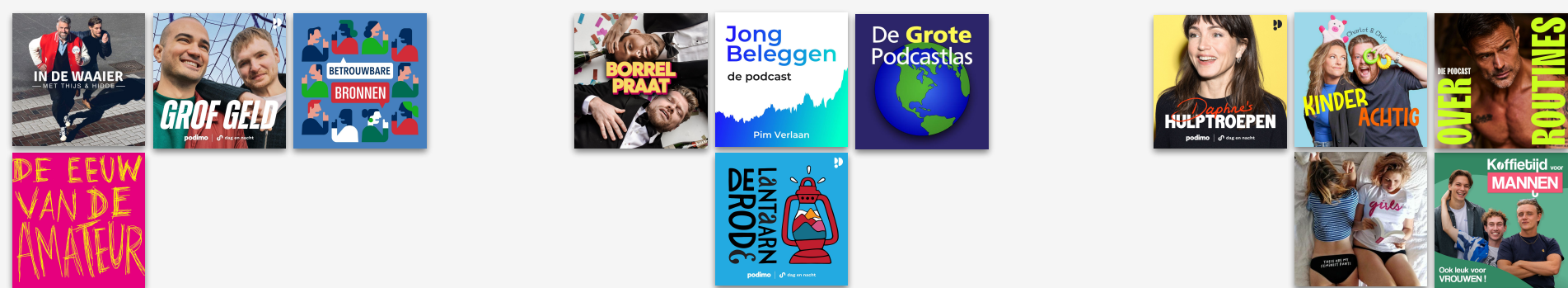
265 +

URL-clicks



We waren verrast door hoe origineel de uitwerking was. Hoewel de kernboodschap steeds hetzelfde bleef, wist elke host er een eigen, persoonlijke draai aan te geven. Daardoor voelde het nooit als herhaling, maar juist authentiek en helemaal passend bij de podcast.

Ikea



ADVERTEREN IN ONS NETWERK?

Mail naar adverteren@dagennacht.nl

