



Briefing Blyk

De uitdaging

We zijn op zoek naar simpele maar supercreatieve concepten die gebruik maken van het medium Blyk als primair communicatiekanaal.

Over Blyk

Blyk is een gratis mobiel netwerk exclusief voor jonge mensen en is het eerste mobiele netwerk mogelijk gemaakt door adverteerders. Het brengt merken en jongeren in contact met elkaar via gratis communicatie. Het werkt heel eenvoudig: Als consument krijg je een simkaart met iedere maand gratis belminuten en sms-berichten, vooraf en zonder contract of andere maandelijkse betaling. Bij inschrijving ga je akkoord met het ontvangen van berichten van bedrijven op je mobiele telefoon. Tijdens de registratie vul je online een persoonlijke profiel in om er zeker van te zijn dat je relevante info, entertainment en aanbiedingen ontvangt op basis van jouw interesses.

Als je bij Blyk meer wil bellen of sms-en dan kun je extra minuten en/of berichten kopen voor zeer concurrerende tarieven.

Voor merken is Blyk een direct mediakanaal om in contact te komen met de jonge consument. En het is het enige medium waar een merk alles over haar publiek weet en een dialoog kan starten. Blyk maakt mobiele marketing eenvoudig en interactief en is een pionier in deze omgeving.

Een aantal Blyk principes:

Blyk stuurt haar leden geen SPAM omdat Blyk haar leden kent! Een proces dat start zodra ze zich aanmelden en vertellen over hun interesses. Hoe actiever ze zijn, hoe meer Blyk leert over hem of haar en hoe relevanter de berichten worden. Voor merken betekent dit dat ze met Blyk hun boodschap gericht kunnen uitsturen naar hun doelgroep, met een minimale verspilling en de leden ontvangen nuttige, relevante informatie.

Opdracht

Bedenk een concept, voor een willekeurig merk dat jij leuk vindt, dat de mogelijkheden laat zien van het medium Blyk. Communiceren via: Sms, afbeeldingen, video, audio.

Voorbeeld:

-Promoot een nieuwe sneaker van Nike of verzin een concept waarbij Mc Donalds duidelijk maakt dat de Big Mac in de aanbieding is.

Doelgroep

Jongeren tussen de 16-24 jaar die gebruik maken van Blyk en dus online hun profiel hebben ingevuld. Ze hebben een telefoon die geschikt is om multimediasberichten (MMS) te ontvangen en waarmee ze foto's, korte video's en/of audio/muziek clips kunnen verzenden en ontvangen.

De doelgroep ziet deze berichten niet als reclame maar als waardevolle informatie. De berichtjes houdt ze op de hoogte en zijn iets dat ze graag willen delen met vrienden. Ze maken geen gebruik van mobiel internet omdat ze denken dat het erg duur is of dat er nog allerlei extra kosten bijkomen of omdat ze hiermee de eerste keer een negatieve ervaring hebben opgedaan. Ze maken echter wel iedere dag opnieuw gebruik van het versturen en ontvangen van sms-berichten.

Uiteindelijk willen we deze jongeren het gevoel geven dat ze relevante berichten ontvangen die informatief en leuk zijn. Ze moeten het gevoel hebben dat het cool is om Blyk te gebruiken en we willen dat ze hun ervaringen delen met hun vrienden.

P.S.

Ieder die zich Jonge Hond voelt kan deelnemen. Echter, er is alleen een plekje voor je in de bus naar Cannes als je 28 jaar of jonger bent. Oftewel geboren na 24 juni 1980.



Randvoorwaarden

- Jij kiest het merk waarmee je wil werken en jij denkt dat je concept het beste tot z'n recht komt.
- Moet gebruiken maken van tekst of multimedia berichten, of een combinatie van beide
- Moet in eerste instantie gericht zijn aan Blyk-leden (maar mag een viraal component bevatten)
- Moet toepasbaar zijn met de huidige technische mogelijkheden.
- Alle ideeën/merken zijn geoorloofd maar geen kansspelen of porno.

Meer informatie

<http://www.blyk.co.uk> (de Blyk UK website voor leden)

<http://media.blyk.co.uk> (hier vind je voorbeelden, cases en creatieve specificaties)

<http://www.shift6.net> (een interessante en relevante blog)

<http://www.communities-dominate.blogs.com/> (Interessante kijk op engagement marketing)

Overige feiten

Blyk-leden willen echt iets horen van de verschillende merken (ze melden zich aan) en zien een toegevoegde waarde in de Blyk deal.

Blyk kent de telefoontypes van haar leden waardoor ze elke keer berichten kunnen sturen met een perfecte kwaliteit van het beeld, geluid of video.

Inzendvoorwaarden

- Alle voorgestelde middelen geplakt op board
- Rationale/uitleg maximaal half A4

Deadline

27 november 15.00 uur, Grey Amsterdam, (t.a.v. Pol Hoenderboom), Watertorenplein 4b, 1051 PA Amsterdam

P.S.

Ieder die zich Jonge Hond voelt kan deelnemen. Echter, er is alleen een plekje voor je in de bus naar Cannes als je 28 jaar of jonger bent. Oftewel geboren na 24 juni 1980.