

Kärcher bereikt meer Zwarte Cross-publiek met Snapchat

Pieter Van der Meer

12 september 2018

Zwarte Cross en hogedrukreinigingsspecialist Kärcher zijn al vijf jaar een gouden combi. Op het festival in de Achterhoek is door de motorcross veel schoon te spuiten. Deze zomer wilde Kärcher de sponsoractiviteiten op het festivalterrein uitbreiden met een Snapchat-campagne. Een speciaal voor Kärcher ontwikkeld filter werd een groot succes.

Zwarte Cross, dat van 12 t/m 15 juli werd gehouden, staat al 22 jaar voor de unieke mix van motorcross, muziek, stunts en theater. Kärcher past hier perfect tussen met hogedrukreinigers en voertuigreinigingssystemen. Het merk presenteert zich daarom al vijf jaar als De Schoonheidsspecialist van Zwarte Cross. Dit jaar deed Kärcher dat een wasplaats voor het Zwarte Cross Wagenpark, met mobiele wasboxen en zes Kärcher WC Oases met make-over tent.

'Shinen voor de dood'

Aan die offline activiteiten wilde Kärcher dit jaar een online campagne toevoegen. Het merk daarom marketingbureau Pauwr in de hand om een speciale Snapchat-filter te ontwikkelen om bezoekers te laten gebruiken tijdens Zwarte Cross. Met het 'Shinen vóór de Dood op Zwarte Cross'-filter voor Snapchatfoto's sloot Kärcher aan op het thema van het festival 'Leven vóór de dood'.

Het Kärcher-filter gaf Zwarte Crossers de mogelijkheid om hun Snapchat-foto's nog beter te laten 'shinen'. Het logo van Kärcher zorgde ervoor dat het merk ook nog zichtbaar was op alle foto's. Het Snapchat-filter was zo slim ingesteld dat het alleen op het Zwarte Cross terrein gebruikt kon worden in dat weekend.



Doordat het filter intensief werd gedownload en gedeeld zag Kärcher dat het tijdens het festival ook online een jonge doelgroep wist te bereiken. Het filter werd in totaal 31.192 keer gebruikt, waardoor Kärcher in een weekend bij 357000 unieke personen in beeld kwam. Dat komt neer op dat het filter en dus het merk bij meer dan zes keer het aantal bezoekers van het festival zichtbaar was. Bron: Pauwr.nl