

Cultuursector klaar voor social media

Web7 ARTS: de digitale rode loper van het entertainment

Gelet op de toenemende rol van het internet voor de promotie van culturele activiteiten en entertainment lanceert William Vande Wiele, multirecidiverend webondernemer, Web7 ARTS, het eerste online verkooppunt voor digitale marketingservices afgestemd op modebedrijven, film, muziek en evenementen. Hiermee kan de betrokken sector voortaan een strategie op het internet uitstippelen, aansluitend bij zijn doeleinden, en met zorg de juiste tools uitzoeken om ze concreet uit te voeren.

Web7 ARTS heeft een contract afgesloten met Belga Films en zijn grote meerwaarde bewezen door o.a. de films 'Inside Llewyn Davis' en 'En solitaire' te promoten via digitale campagnes. De volgende uitdaging wordt de lancering van de film 'Les Rayures du Zèbre' met Benoît Poelvoorde, die op 5 februari in de zalen verschijnt.

Brussel, 5 december 2013 – Hoewel er nog geen initiatieven zijn genomen om een eengemaakte inhoud op professionele en consistente wijze te promoten, is het internet de plaats bij uitstek om informatie over culturele activiteiten en vermaak op te zoeken. Daarom ontwikkelde William Vande Wiele het platform 'Web7 ARTS'. Van sociale media over public relations tot mobiele marketing, het creëren van internetsites, afbeeldingen, videoproducties, online reclame of SEO (search engine optimization): Web7 ARTS positioneert zich als digitale marketingspecialist voor de entertainmentindustrie.

De evolutie van ons gedrag en de manier waarop we consumeren zet de cultuur- en entertainmentsector ertoe aan een strategie te implementeren die gericht is op de sociale netwerken. Dat stelt hen in staat om op korte termijn een 'digitale bekendheid' uit te bouwen die zich aan een virale snelheid verspreidt, om een heuse gemeenschap te creëren rond hun activiteiten, om erkend te worden door hun doelgroep en er ook echt mee in dialoog te treden.

Als dat verbond eenmaal gesmeed is, kunnen zij doelgerichter en efficiënter aan hun marketingdoeleinden werken (uitwerken van een merkimago, lancering van een nieuwe service of product, online reputatiemanagement, optimalisering van hun klantenrelaties, verkoop, enz.), terwijl zij toch een maximale autonomie en flexibiliteit bewaren in hun communicatie.

'Digitale marketing is een nog grotendeels onontgonnen terrein. De mogelijkheden van het Web worden nog maar heel weinig benut in Europa. Wij zijn er ons echter volledig van bewust dat ze onmisbaar zijn in de omgeving waarin wij opereren! Hoewel die digitale hulpmiddelen bestaan en wij ze ook beheersen, is het essentieel om ze goed en nauwkeurig te implementeren alvorens ze op grote schaal te ontwikkelen; een volledig segment van de economie hangt ervan af', benadrukt William Vande Wiele, medeoprichter van Web7 ARTS.

‘Digitale marketing kent een groeiend succes: de verhouding budget/zichtbaarheid is immers niet te vergelijken met die van de andere kanalen. Zij dekt het volledige scala van behoeften, profielen en budgetten van alle bedrijven die deze industrie vertegenwoordigen: van de onafhankelijke producent die enkel investeert in sociale marketing tot grote organisaties die ze gebruiken als aanvulling bij hun traditionele campagnes’, zegt hij nog.

Contract met Belga Films

Belga Films richt zich sinds kort tot Web7ARTS voor de ontwikkeling van zijn digitale campagnes. Het opzet was om de populariteit van de Facebook-pagina aan te zwengelen, de films ‘Inside Llewyn Davis’ en ‘En solitaire’ te promoten en het aantal deelnemers aan wedstrijden bij de release van de films op te krikken, alsook het aantal ‘views’ van de trailers op YouTube te doen aangroeien. *“Ik ben bijzonder trots om een dergelijke grote speler tot een van de eerste gebruikers van ons platform te mogen rekenen”,* zegt Willam Vande Wielen. *“De verhoopte resultaten hebben we ruimschoots binnengehaald en deze vormen het begin van een duurzame samenwerking.”*

Ter illustratie, de B2C-mailingcampagne voor ‘Inside Llewyn Davis’ werd op nationale schaal uitgevoerd en bereikte een doelpubliek van 50.000 personen. Het leespercentage behaalde een totaal van 45,16% in Vlaanderen, tegenover 25,05% in Wallonië. Het klikpercentage bedroeg op zijn beurt respectievelijk 21,48% en 25,55%. Ook reeds vóór de eigenlijke campagne werden er acties gelanceerd. Zo deed Web7ARTS een ‘relooking’ van de Facebook-pagina waardoor het aantal ‘Likes’ in de week na de mailing steeg van 5.874 naar 7.034. Bovendien zorgde de optimalisatie van de visibiliteit op YouTube ervoor dat de trailer van ‘Inside Llewyn Davis’ 7.111 keer bekeken werd, terwijl dat cijfer vóór de actie slechts 154 was. ‘En Solitaire’ behaalde eenzelfde succes door van 91 naar 10.299 views te stijgen.

Contact:

<p>William Vande Wiele Operational Director Web 7ARTS T: +32 10 61 72 17 E-mail: www@web7arts.com</p>	<p>Vincent Morrens Head of Media Relations Vademecom T: +32 2 269 50 21 M: +32 475 93 25 16 E-mail: vm@vademecom.be</p>
---	--