



Frank by Zeeman

Zeeman wil bewijzen dat fashion niet duur hoeft te zijn, en lanceert undercover het nieuwe modemerkt Frank op de Amsterdam Fashion Week. Pas aan het einde van de modeshow wordt duidelijk dat Zeeman erachter zit. Om deze guerilla actie voor een groot publiek beschikbaar te maken wordt een case video gemaakt, die we direct na het event online lanceren. Het werd de meest spraakmakende guerilla van 2011.

MERK

Zeeman

PERIODE

Juli 2011

DOELGROEP

15-35 jaar, fashion, vrouw

REACTIES

Lovelylovelylife: "Echt een super vet project! je ziet al die mensen echt zo "zeeman"????!! huh (:"



Opdracht

Creëer zoveel mogelijk redactionele en persoonlijke aandacht rondom de introductie van Frank, de nieuwe kledinglijn van Zeeman.

Strategie

Een guerrilla stunt gaat pas leven als het voor een groot publiek toegankelijk is. Daarom laten we een casevideo maken die het complete verhaal verteld, inclusief beelden van de modeshow. Door deze video zo snel mogelijk na het event online te lanceren hou je de controle over de aandacht, en wordt het juiste verhaal verspreid. De verspreiding gebeurt via seeding op zoveel mogelijk plekken tegelijk zodat iedereen het idee van een scoop heeft. Belangrijkste gebieden daarbij zijn nieuws, fashion, entertainment en marketing.

Resultaat

Met ruim 500.000 video views, twee dagen trending topic op Twitter, aandacht op bijna alle toonaangevende (online) media en bijzonder veel reacties is de campagne wat aandacht betreft een groot succes. De video speelde daarbij een cruciale rol, want pas daarmee werd het hele verhaal duidelijk, toegankelijk en opgepikt.

De Frank modeshow vond plaats op zaterdag 16 juli, om 15:00. OP een paar verbaasde tweets na, gebeurde er toen nog niet zoveel. Zondagmorgen vroeg hebben we de video gelanceerd, en aan het einde van de dag was #zeeman wereldwijd trending topic op Twitter. Niet alleen online werd de actie opgepikt, ook verschillende actualiteitenprogramma's op TV besteedde er aandacht aan. Pas op woensdag ging de storm aan aandacht liggen. We konden toen al stellen dat het de meest opvallende en spraakmakende Nederlandse guerrilla actie van 2011 was geweest.

[Beautylab](#)
[Telegraaf.nl](#)