

Praxis-reclame valt in de smaak

05-12-2023 09:09



Zij marketingbaas van NN Group, hij directeur van Abovo Maxlead. Beiden hebben een groot hart voor marketing en reclame. Iedere week betwijfelt, bekritiseert of bewierookt het duo Mariëlle Krouwel en Willem-Albert Bol op [Adformatie.nl](https://www.adformatie.nl) een actuele campagne. Dit keer was dat [de Sint/Kerstcampagne van Praxis](#).

MK: Ik vind het echt een briljante keuze. En dan ook zo eentje waarvan je denkt: waarom heeft niemand dat eerder bedacht? En dat zijn toch wel de beste. Vond het inzicht ook slim. Ik denk dat (grotere) kinderen hier ook echt naar vragen en beide willen. Die zijn niet zo star als al die zure, volwassen strijders. Na al het gedoe rondom Sint en Piet lijken sinterklaas en kerst nu gewoon een beetje in elkaar over te lopen.

WAB: Wat ik vooral zo handig vind, is dat door humor, Praxis zich leuk mengt in ogenschijnlijk gevoelige discussie. Daarmee pak je de aandacht. Zo maak je van een middle-of-the road-film eentje die stevig opvalt.

MK: Helemaal waar. Echt een lekker ander inzicht dan snoepgoed (supermarkten) of speelgoed (Bol, Hema). Daarmee pakken ze een eigen plek in het spectrum. Knap, want best lastig om als bouwmarkt iets met sint te doen. Op de cadeautjes voor (o)pa na. En vooral: hoe vertel je nou tijdig dat je voor een kerstboom bij Praxis terecht kan. Want ik vermoed dat dit de briefing was: een sell-doelstelling vanuit een touch-campagne. Gaat dat werken denk je?