

WE komt met nieuwe reclamecampagne

09-03-2007 00:00

Modeketen WE wil zijn persoonlijkheid beter onder de aandacht brengen. Een nieuwe reclamecampagne moet daartoe bijdragen. WE richt met deze campagne de aandacht op de vele tegenstrijdige en herkenbare karaktereigenschappen en stemmingen van mensen.

De imagokwestie is iets waar de winkelketen al mee kampt sinds de opening van de eerste WE-store in 1998. In 1999 besloot het bedrijf om alle filialen van HIJ (110) en ZIJ (40) te veranderen in het sekseloze en internationale WE. Met het imago van de nieuwe naam wilde het toen nog niet erg vlotten. De huidige campagne is een vervolg op het charmante tegenoffensief dat het bedrijf in 2005 begon met de 'WE is ME'-campagne die beter aansloeg: net als toen staan nu de menselijke emoties centraal.