HEMA, V&D en Wehkamp bieden kijkje in folderkeuken

20-05-2008 00:00

Op 27 mei vindt in Haarlem de Nationale Dag van de Brievenbusreclame 2008 plaats. Adverteerders en mediadeskundigen, exploitanten, drukkers en andere toeleveranciers worden tijdens de dag bijgepraat over de strategie en praktijk van ongeadresseerd reclamedrukwerk. Rode draad is dit jaar het thema innovatie. Meer in het bijzonder gaat het daarbij om de toenemende rol van de folder bij branding en re-branding. Ook veel aandacht voor de wisselwerking met internet en e-mail toepassingen.

Op het programma staan enkele spraakmakende praktijkcases. Zo zal HEMA aangeven dat in het complexe proces van vernieuwing in winkelaanbod en doelgroepselectie de folder een centrale rol speelt. Voor V&D is het, zo zal Rudolph van der Kraan toelichten, vooral de re-branding van het merk waarbij de folder cruciaal is. Via consequente aansturing worden corporate identity en innovaties op de winkelvloer ondersteund door het medium. Wehkamp geeft, bij monde van Roelof Jousma, aan hoe in een multi channel strategie van een webwinkel de optie van de folder een serieuze zaak is.

Traditiegetrouw wordt tijdens het congres de Gouden Deurmat uitgereikt, de onderscheiding voor de bij consumenten meest geliefde folder. Naast de uitreiking van de Gouden Deurmat 2008 wordt ook de winnaar van de Folder Vakprijs 2008 bekend gemaakt.