

Lowe's aan de slag met Vine en Instagram

19-12-2014 00:00

Doe-het-zelf keten Lowe's maakt tijdens een nieuwe digitale marketing campagne gebruik van Instagram en Vine. Op de twee social mediakanalen toont de retailer foto's en korte video's van doe-het-zelfprojecten in verschillende stadia. Hiermee wil de keten laten zien welke mogelijkheden consumenten hebben wanneer zij met hun woning aan de slag gaan.

Lowe's maakte het afgelopen jaar al gebruik van Vine met zijn 'Fix in Six'-campagne. Deze video's gaven consumenten tips die bestonden uit zes stappen. De nieuwe Vine-campagne heet 'Tap-Thru How-To'. De video's kunnen op elk gewenst moment gepauzeerd worden. Hierdoor veranderen de zes seconden durende video's in tutorials.

Het programma op Instagram dient vooral ter inspiratie. Op het foto-sharing netwerk toont Lowe's verschillende projecten middels v de HyperLapse technologie. Deze zorgt ervoor dat video's versneld worden afgespeeld waardoor projecten in korte tijd van het begin tot einde in beeld worden gebracht. Vervolgens vertraagt het beeld bij het eindresultaat.