

'Direct-to-avatar is de ideale manier om jongeren te bereiken'

24-11-2020 08:41



Direct-to-avatar is de ideale manier om jongeren te bereiken. Dat stelt Cor Molenaar, hoogleraar eMarketing aan de Rotterdam School of Management in het [novembernummer van RetailTrends](#).

Bij direct-to-avatar verkopen merken hun product via videogames aan het digitale alter ego van hun klant. Zo ontwierp Louis Vuitton outfits voor de avatars van het populaire spel League of Legends (ter waarde van zo'n 27 euro) en kunnen Fortnite-spelers zich voor 1800 V-bucks (ongeveer 14,40 euro) volledig hullen in de kleding van Nike Jordan.

Volgens Molenaar past deze trend goed bij de 'revival' van merken. "Tegenwoordig moet je als merk je *unique buying reason* boven tafel halen", aldus de hoogleraar. "Een positieve associatie is daarbij enorm belangrijk." En die kun je creëren door als merk aanwezig te zijn in de favoriete game van je doelgroep. "Het is de ideale manier om jongeren, die sowieso ongrijpbaarder zijn, te bereiken."

Mede door de pandemie is de populariteit van videogames het afgelopen jaar fors gestegen en steeds meer merken ontdekken het digitale alter ego van hun doelgroep. Meer over het fenomeen direct-to-avatar lees je [in het novembernummer van RetailTrends](#). Nog geen member? [Kijk dan hier](#).