

Zo komt Het Grote Speelgoedboek van bol tot stand

13-11-2023 11:34



Branded content

In de aanloop naar het sinterklaasfeest buigen veel kinderhoofden zich over de million dollar question: wat moet er op het verlanglijstje? Platform bol biedt inspiratie met Het Grote Speelgoedboek. Dat pakt ook goed uit voor hulpsinterklazen.

Iedereen kent de magie van Sinterklaas. En de wezenlijke vragen wanneer de schoen mag worden gezet en of Sint en Piet het huis wel weten te vinden. Toch zit er ook bij ouders de nodige emotie, weten ze bij bol. "Het sinterklaasfeest is een mooie traditie. Pakjesavond moet natuurlijk een magisch feest zijn. Daarom brengen we ook dit jaar weer meer magie thuis bij kinderen en hulpsinterklazen. Het Grote Speelgoedboek helpt zowel kinderen als ouders een handje", zegt Mathieu Veldhuijzen, die bij bol verantwoordelijk is voor het speelgoedboek.

Het boekwerk plofte onlangs voor het vijfde jaar op rij op de mat. Ook bij Albert Heijn en Delhaize is de 236 pagina's tellende gids te vinden. Al moet gezegd dat Het Grote Speelgoedboek meer is dan een catalogus.

Voorpret

Met het speelgoedboek wil bol de voorpret voor het sinterklaasfeest vergroten. Daarom is het niet alleen uitgerust met cadeausuggesties, maar vinden kinderen hierin ook kleurplaten, een stickervel, puzzels en winacties. Ook kan er aan een verlanglijstposter worden geknutseld. "Voor kinderen is het magisch om met Sinterklaas bezig te zijn", zegt Veldhuijzen. "Met de bijbehorende Grote Speelgoedboek-app zijn afbeeldingen in het boek tot leven te brengen met bijvoorbeeld video, AR en quizvragen. Ook kunnen ze er berichten

ontvangen van de goedheiligman. Kinderen vinden het leuk om weg te dromen bij speelgoed en na te denken over wat ze vragen aan de Sint. Daarom is het daarnaast mogelijk om een digitaal verlanglijstje te maken.”

‘Er is nu één systeem waarin alle content terechtkomt’

Nieuw dit jaar is het afgeschermd online Hulpsint-platform waarmee hulpsinterklazen persoonlijke Sint-berichten aan kinderen kunnen sturen, zoals een compliment en het goede nieuws dat ze hun schoen mogen zetten. Ook zijn er tips te vinden voor pakjesavond. Het Grote Speelgoedboek speelt een belangrijke rol in de customer journey. Ook ondersteunen het boek en bijbehorende online community volgens Veldhuijzen de strategie van bol om door innovatief shoppen makkelijker te maken het meest geliefde platform te zijn.

Proces erachter

Achter de totstandkoming van het speelgoedboek gaat een berg werk schuil. Al is het alleen maar omdat grote hoeveelheden foto's, QR-codes en productteksten moeten worden ingezameld en verwerkt tot hapklare brokken voor de DTP-afdeling. Geen sinecure. En in bols geval een proces dat wel wat stroomlijning kon gebruiken, laat Chantal Kremer weten. Ze is lead van Het Grote Speelgoedboek en zegt: “Voor de samenstelling van het boek is enorm veel content nodig. Die krijgen we binnen van onze leveranciers. Vooralsnog gebeurde dat op heel veel verschillende manieren. Niet efficiënt, zelfs enorm tijdrovend. Daarom zochten we naar een zekere standaardisering. Dat bracht ons op het spoor van De Reclamefabriek.”

Bureau De Reclamefabriek kwam zowel met een technologische oplossing voor de achterkant, als met de uitwerking van het design in DTP voor de productpagina's. Op basis van een softwareoplossing wist het bureau het proces van contentinzameling en -verwerking te automatiseren. Geen gebruikelijke taak voor een partij in de reclamewereld, beaamt managing partner Marieke de Koning. “Ons team heeft eerder een oplossing ontwikkeld: de Smart Content Manager. Voor bol is die op maat gemaakt. Concreet komt het erop neer dat er nu 1 systeem is waarin alle content terechtkomt en kan worden gemanaged. Dat had voor bol het voordeel dat het alle content geautomatiseerd hieruit kon overzetten naar zowel Het Grote Speelgoedboek als de app. Een ander pluspunt is een ingebouwde reminderfunctie; hiermee worden leveranciers er automatisch aan herinnerd als ze nog content moeten inleveren. Dat scheelt nabellen.”

De automatiseringsslag zorgde voor de nodige efficiëntie bij bol en bij de leveranciers.

Blijvertje

Met deze inspanningen hoopt bol het leukste en mooiste speelgoedboek te maken. Niet overbodig in een landschap waarin speelgoedgidsen een jarenlange traditie kennen, en: verschillende aanbieders. Toch is het volgens Veldhuijzen een must voor elke speelgoedwinkel. Ook maakte het succes van de eerste editie al duidelijk dat het boek een blijvertje is bij bol.

“Jaar op jaar horen we dat kinderen het van de mat grissen en er uren mee zoet zijn. Al is het succes natuurlijk ook op 'hardere' manieren meetbaar. Na de lancering is er direct veel activiteit. Dat zien we in de ingezonden winacties, maar ook aan de downloads van de app, producten die op de verlanglijstjes worden gezet en in traffic naar de productpagina's. Dat neemt tot nu toe elk jaar toe. Het Grote Speelgoedboek zorgt voor meer bestedingen in de winkel. Het is goed voor bol als merk, maar ook voor onze leveranciers en partners. Die doen ieder jaar weer graag mee vanwege de mooie boost aan verkopen van de producten in het boek.”