



DEBRIEF / PROPOSAL

Betreft: cambodiajeep.com & Lotos Rallye 2025 (en verder)

Van: Ensley van den Berg - Creative Business Guides
Paul & Chris

Datum: Lunch en workshop
Mailwisseling/App verkeer
Onderhavige aanpak dd 10 mei 2024

JOUW VRAAG

"Je had het over dat je schoonzoon goed in google ad is en misschien ons hierbij kan helpen. Heb je dit al aan hem gevraagd en zo ja, hoe kan hij ons hierbij helpen?"

Verdere elementen:

- We hebben in Amsterdam een workshop gehouden over alle zakelijke diensten die je op de markt hebt staan. Daar hebben wij een aantal zaken in benoemd met betrekking tot Jeeps in Cambodja.

Even kort in herinnering roepend wat wij allemaal tegen je gezegd hebben :-) - alleen de relevante zaken voor deze campagne:

LOTOS RALLYE / TOURS WITH JEEPS

Zoek de vintage auto doelgroepen op. Focus op de beleving met de Jeep Mutt. Maak daar content voor - je hebt genoeg op de plank liggen. Kijk ook 'dichterbij': de autofanaten in Azië (denk aan Singapore, grootstedelijk Thailand, Maleisie, Indonesië, expat communities Cambodja?). We gaan inzetten op de "Experience of a Lifetime", "The Ultimate Roadtrip".

Overweeg buy-outs. Overweeg de Lotos Rallye twee keer per jaar te organiseren. Verpak andere services die je aanbiedt op cambodiajeep.com in een instapmodel Lotos Rallye - een korte voordelige variant.

Stuur in de communicatie op schaarste - inschrijven moet geregeld zijn voor een gestelde deadline. We kunnen altijd nog verlengen.



- In recent WhatsApp verkeer heb je aangegeven dat de belangstelling voor Lotos Rallye 2025 er is. Hier jouw tekst letterlijk als quote:

“Het gaat goed. Op dit moment 4 echtparen uit Engeland en waarschijnlijk nog 2 meer die willen gaan boeken . Het zijn bekende van elkaar en 1 echtpaar heeft met Christian en Florence in Griekenland een oldtimer rallye gereden. Dus ook weer uniek. Het wordt internationaal. De eerste 10 jaar alleen uit Duitsland en Zwitserland. Afgelopen tour uit Nederland en nu uit Engeland. We hebben nog nauwelijks promotie gedaan. 1 berichtje op FB en op LinkedIn. We moeten nog alle oud Lotos Rallye deelnemers nog benaderen en in augustus staat een verslag met fotos en advertentie in de Jaquar magazine. Ook krijgen we een aantal pagina's in de nederlandse glossy reismagazine "Azie" Deze komt in juni uit. Het begin is goed en we gaan voor de 10 jeeps. 😊

Duidelijk is dat we voor 10 volle jeeps gaan voor Lotos Rallye 2025. We houden van duidelijke doelstellingen. Maar tevens willen we ook aandacht vragen voor generieke aspecten van de campagne: het opbouwen van een doelgroep van auto fanaten die we voor langere termijn kunnen involveren en interesseren voor alles wat Cambodiajeep te bieden heeft. En niet alleen de Lotos Rallye verkopen, maar meer (verpakte) Cambodia Jeep services.

We zien ook genoeg redenen om Engeland mee te gaan nemen in onze online aanpak. Een enorme markt van klassieke auto liefhebbers, een industrie waar meer dan 1 miljard in omgaat als we Richard Hammond mogen geloven (in zijn show "Richard Hammond's garage - The smallest COG").



ONS ANTWOORD

Online campagnevoering is een vak apart. De doelstellingen dienen helder te zijn en vervat te worden in:

1. Een online campagne definitie,
2. Inzet van de juiste producten/services die over de Bühne gebracht gaan worden,
3. Een planning en een budget,
4. Een verzameling aan interactieve middelen die ingezet gaan worden op basis van het thema van de campagne,
5. Een meetinstrumentarium om te zien wat de beoogde doelgroep doet met jouw campagne,
6. Veel tussentijds meten van effecten, direct aanpassingen doen en opnieuw het effect in kaart brengen.

Aangezien we dit voor het eerst gaan doen rondom "Jeep Experiences in Cambodia", dient de doelstelling primair te liggen op het creëren van aandacht voor jouw merk en propositie en secundair op het direct doen van verkopen. Uiteraard worden we allemaal het meest blij als er mensen gaan bestellen. Het is dus een avontuur.

Daarbij is het ook van belang dat een campagne de juiste incubatietijd krijgt. Weliswaar wordt er van dag 1 meteen gemeten wat het effect is, maar de kracht zit 'm natuurlijk ook in de herhaling (de eerste les van advertising :-)). Daarom stellen we voor om een pilot te definiëren en deze 3 maanden te laten draaien.

Ook stellen we voor om scherpe definities te maken van de te benaderen doelgroepen.

Centraal in de propositie komen de "Jeep afficionado's" te staan. Daarnaast gaan we kijken naar "waar het budget zit" en "hoe de doelgroep Siem Reap kan bereizen". We kijken dus naar regio's waar wij in gaan adverteren: Bijvoorbeeld in Singapore, twee uur vliegen van Siem Reap. Dat gaan wij in uitingen meenemen. Uiteraard wordt de definitieve keuze van de regio's in samenspraak bepaald.

We pakken ook Engeland en USA mee. Want daar zitten klassieke autofanaten met geld.



De ervaringen die uit dit traject komen, vormen -na gebleken succes en tevredenheid- direct de basis voor een langdurig traject voor online marketing. Wij pakken in de pilot het voortouw, beoordelen samen met jou hoe het werkt en wat de successen zijn. Daarna kan dit voortgezet worden, waarbij de werkzaamheden opnieuw verdeeld kunnen worden. We weten natuurlijk dat jouw focus op de dagelijkse business zit, maar we kijken altijd hoe jij als opdrachtgever, zaken eventueel kan overnemen en voortzetten.

In de bijlagen tref je de volgende zaken aan:

1. Een mockup van een uiting (gemaakt in Powerpoint).
2. Het budget voor de eerste pilot (geen BTW te berekenen).
We rekenen met een gereduceerd vast tarief, rekening houdend met onze fijne relatie. Normaliter rekenen wij minimaal EUR 120,- per uur of meer.
3. Algemeen voorwaarden Ensley van den Berg BV

Het lijkt ons een goed idee om een online call te plannen om e.e.a. inhoudelijk verder met je te bespreken.

Hartelijke groet,

Paul en Chris
Ensley van den Berg BV

paul@ensleyvandenbergh.com
chris@ensleyvandenbergh.com