

# Méér dan 2.000 nieuwe leden gewonnen

Samenwerking tussen PostNL en SportCity een groot succes



Folder met QR-code



Buitenreclame met QR-code



Insert in regionale krant

## Zo blijft SportCity zelf fit

### Doel

Nieuwe leden werven.

### Doelgroep

Consumenten rondom SportCity vestigingen.

### Uitdaging

Hoe bereik je gericht een doelgroep waarvan je de persoonsgegevens niet hebt? Hoe val je op tussen al die andere reclameboodschappen?

### Aanpak

Een crossmediale campagne met als aantrekkelijk aanbod een gratis proefles. Een laagdrempelige manier om kennis te maken met SportCity.

### Middelen

Huis-aan-huisfolder met QR-code, insert in de regionale (huis-aan-huis) kranten en buitenreclame in de omgeving van SportCity vestigingen.

### Oplage

240.000 stuks

## Resultaat

- Maar liefst 2.000 nieuwe klanten! De synergie tussen de verschillende media wierp z'n vruchten af.
- Het bereik van de buitenreclame kreeg een extra boost.
- Het aantal mensen dat SportCity kent verdubbelde en de sympathie voor de fitnessketen verdrievoudigde zelfs.

‘PostNL heeft ons geholpen onze folder nóg effectiever te maken. Dat betekent voor ons meer omzet.’

Matthijs de Vreede, Marketingmanager van SportCity

