



Tele2 zendt interactieve reclame van de Rabobank uit ***Red button* commercial zorgt voor direct contact met doelgroep**

Amsterdam, 7 december 2007. Communicatiebedrijf Tele2 zendt vanaf zaterdag 8 december 2007 twee maanden lang een interactieve commercial van de **Rabobank** uit. Rondom de Tele2 Live Eredivisie Voetbal wedstrijden worden kijkers via een *red button* commercial gestimuleerd om op de rode knop te drukken. Zij komen via deze knop direct op een interactieve webomgeving van de Rabobank waar zij mee kunnen doen aan een videorijke quiz, waar zij verschillende diensten van de Rabobank kunnen bekijken en waar zij een orderformulier voor een bepaalde dienst kunnen aanvragen.

“Met een traditionele televisiereclame is het lastig om kijkers te stimuleren om direct naar een website te gaan. De *red button* commercial maakt het wel mogelijk om kijkers met één druk op de knop naar een interactieve webomgeving te leiden,” legt Günther Vogelpoel, directeur consumentenmarkt van Tele2, uit. “Wij hebben recent een *red button* commercial uitgezonden van het opleidingsinstituut NTI. 18% van de kijkers heeft op de rode knop gedrukt en 10% van de kijkers heeft ook daadwerkelijk een brochure van de NTI aangevraagd. Conversie cijfers die in vergelijking met een traditionele commercial ongeëvenaard zijn.”

De Rabobank wil via deze campagne onderzoeken en ervaren op welke wijze interactieve tv kan worden ingezet om marketingdoelstellingen te behalen. “Momenteel heeft ongeveer 25% van de Nederlandse huishoudens digitale tv, in dit stadium is het dus belangrijk om ervaring met interactieve televisie op te doen. Op het moment dat digitale en interactieve tv de overhand krijgt, kan deze media op de juiste manier worden ingezet,” aldus Marcel Kuil portefeuillemanager Nieuwe Media van de Rabobank.

Het creatieve concept van de interactieve commercial en de technische realisatie van de applicatie is verzorgd door Stoneroos Interactieve Televisie.

Tele2 gaat in de komende maanden een offensief openen om de voordelen van de *red button* commercial onder de aandacht te brengen van adverteerders. Deze focus wordt onderstreept door de samenwerking met Triade Media. De pas opgerichte onafhankelijke verkooporganisatie Triade Media, bestaande uit de ex-salestop van Talpa, Giovanni van Lunenburg, Marc Nagelkerken en Ton Rozestraten (per 1 februari 2008) verzorgt verkoop van de reclamezendtijd binnen en rondom de tv-uitzendingen op de voetbalkanalen van Tele2 Vision.

- EINDE -

Contact

Remco Meerstra, Telefoon: +31 (0) 20 750 1804
Corporate & Business Communications Executive, Tele2

Tele2 is een handelsnaam van Versatel Nederland B.V. Tele2 is één van de grootste telecomaانبieders in Nederland. Het bedrijf biedt zowel de consumenten-, de zakelijke als de wholesale markt een compleet pakket van telecommunicatiediensten. Tele2 biedt breedbandige spraak-, data- en internetdiensten aan via een eigen infrastructuur, voorzien van de modernste netwerktechnologieën. Tele2-klanten profiteren van eenvoudige en betaalbare diensten van topkwaliteit. Meer nieuws en informatie zijn verkrijgbaar via tele2.nl.

