

Wehkamp start videokanaal met vooraanstaande 'vloggers'

11-09-2014 08:40



De expertise van de vloggers wordt optimaal benut: iedere maand wordt er in overleg met de redactie van wehkamp.nl een thema bepaald en krijgt een van de zes vloggers de volledige vrijheid om aan de hand daarvan twee bijpassende video's te maken. Aan het eind van de maand kunnen consumenten deze vlogger vragen stellen in een live Google Hangout. Alles wat je ziet in de video's, kun je direct kopen bij het online warehouse.

Bundeling van krachten

De vloggers maken op eigen titel video's met tips en trends, waarbij ze gebruikmaken van het assortiment van wehkamp.nl. Ze produceren content en geven reviews vanuit hun eigen oprechte beleving. Deze video's worden niet alleen getoond op het YouTube-kanaal van wehkamp.nl, maar zijn ook terug te vinden op de websites en socialmediakanalen van de vloggers. Zij hebben een grote fanbase en zijn zeer invloedrijk.

Teske de Schepper, bekend van Teskuh.nl, trapt af met twee video's, waarna aan het eind van de maand een live video-chat (Hangout) wordt georganiseerd in samenwerking met Google. Naast Teske gaan onderstaande vloggers een bijdrage aan het videokanaal leveren:

- Cynthia van misslipgloss.nl
- Diana van Disfordazzle.nl
- Frances van Foodgloss.nl
- Sanny van Sannyzoektgeluk.nl
- Mascha van beautygloss.nl

De redactie van wehkamp.nl gaat zelf ook video's produceren op Simply Stylish. Deze maand laten zij drie grote najaarstrends zien: Simply Soft, Rock & Rebel en Modern Contrast. Ook vertelt redactielid Esther Razi wat volgens de stylisten de drie musthaves zijn van dit seizoen en krijgen consumenten een kijkje in de keuken van enkele toonaangevende merken die het online warehouse in zijn assortiment voert. Eline Weusten, redactielid bij wehkamp.nl: "We zijn deze maand bij G-Star geweest. Daar kregen we uitleg over het ontwerpproces en hebben we stylingtips voor denim ontvangen. Bovendien komt de nieuwe 'Raw For The Oceans'-collectie, die in samenwerking met Pharrell Williams is ontwikkeld aan bod. Een prachtig verhaal dat we graag willen delen."

"In Nederland is er inmiddels een zeer actief ecosysteem van YouTube-creators ontstaan. Dit zijn doorgaans vloggers die allemaal een grote schare fans hebben. Het inzetten van YouTube-sterren voor de brandingcampagne van wehkamp.nl is een innovatieve en gerichte manier om een langdurige relatie met de doelgroep op te bouwen", aldus Benjamin Speas van YouTube Nederland.

Voor de totstandkoming van het videokanaal is samengewerkt met Social1nfluencers. Zij hebben het merk

wehkamp.nl gekoppeld aan vloggers die goed bij de merkwaarden van het online warenhuis passen. "Wij zijn er ontzettend trots op dat wij een bijdrage mogen leveren aan de totstandkoming van dit videokanaal. De wijze waarop wehkamp.nl het videokanaal heeft uitgewerkt, is zeer innovatief. Zij zien als geen ander in dat steeds meer mensen hun inspiratie online zoeken en dat videocontent hierin een belangrijke pilaar is. Geen ander online warenhuis durft zo in te stappen in een eigen inspiratiechannel. Dankzij een unieke, langlopende samenwerking met populaire vloggers bouwt wehkamp.nl aan een vaste plek binnen YouTube voor iedereen die geïnspireerd wil worden rondom beauty, fashion, food en lifestyle", aldus Daan Sip, CEO bij Social1nfluencers.

Kom nu naar inct.spiratie 2014

Het congres voor uitgevers en marketeers!

inct.spiratie

8 topspreker over marketing & sales in de uitgeefbranche
tot 19 september korting voor vroege vogels

Alle info: www.inctspiratie.nl