

Hearst Create wint Digital Communication Award voor beste videoserie

25-09-2019 10:37



Dremel en Hearst Create zijn in de prijzen gevallen tijdens de prestigieuze Digital Communication Awards 2019 in Berlijn. Dremel, dochterorganisatie van Bosch Power Tools GmbH, won de award in de categorie Best Video Series.

Loes Evers, Content Lead bij Hearst Create, is trots op het winnen van deze award. "Als onderdeel van de contentmarketingstrategie die we voor Dremel ontwikkelden, maken we sinds 2018 elk kwartaal personagedreven videoserie's. Deze video's variëren van inspirerende mini-docu's tot snelle tutorials en diepgravende masterclasses, en worden wereldwijd verspreid op alle online kanalen van Dremel. Data bewijst dat we niet alleen heel succesvol zijn in het bereiken van de beoogde doelgroepen, maar dat de content ook erg waardevol is voor de doelgroep: de view through rates zijn ver bovengemiddeld. We zijn daarom erg trots op en blij met deze samenwerking met Dremel."

Vanuit Dremel reageert Estelle Fortunati, Content Marketeer Dremel EA, ook enthousiast: "Het is mooi om te zien dat de samenwerking tussen Hearst Create en Dremel, om onze content marketing naar een hoger niveau te tillen, wordt beloond. Gezamenlijk hebben we een duidelijke visie waar we heen willen met onze strategie en persona-based content. De resultaten van onze videoserie's bevestigen dat dit de juiste aanpak is en dat onze content wordt gewaardeerd door de doelgroep. Het winnen van de Digital Communications Award in de categorie 'Video Series' is erkenning vanuit de branche en een prestatie waar we dan ook erg trots op zijn."

Contentmarketingbureau Hearst Create bouwt loyale eigen audiences voor opdrachtgevers door de inzet van premium content op alle relevante kanalen. Hearst Create verzorgt contentmarketingstrategie, creatieve

concepten, content creatie en distributie-, data- en performance-consultancy op het gebied van owned media. Hearst Create is onderdeel van Hearst Netherlands, uitgever van toonaangevende titels als Vogue, Glamour, National Geographic en Quest.

David Huijzer