

Case Study

NAIF

NAïF



Verzorging zonder zorgen

Naïf wil laten zien dat effectieve verzorging voor baby's en kinderen hand in hand kan gaan met duurzaamheid. Met een duidelijke propositie rondom badschuim zonder microplastics positioneert het merk zich als bewust en transparant alternatief binnen de verzorgingsmarkt.

De campagne benadrukt eenvoud, vertrouwen en verantwoordelijkheid, en maakt in één oogopslag duidelijk waar Naïf voor staat.





Duurzaam kiezen blijft onduidelijk

Ouders willen bewuste keuzes maken voor hun kinderen, maar worden overspoeld door claims over ingrediënten en duurzaamheid. Het verschil tussen écht microplasticvrij en marketingtaal is vaak lastig te beoordelen.

Zonder heldere communicatie en visuele eenvoud raakt de kernboodschap verloren en blijft de stap naar aankoop uit.

Van banner naar **conversie**, precies op het juiste moment.

NAÏF

BADSCHUIM ZONDER
MICROPLASTICS



Koop nu >

NAÏF

BADSCHUIM
ZONDER
MICROPLASTICS



Koop nu >

NAÏF

BADSCHUIM
ZONDER
MICROPLASTICS



Verzorging
zonder zorgen

Koop nu >

NAÏF

BADSCHUIM
ZONDER
MICROPLASTICS



Verzorging zonder zorgen

Koop nu >

NAÏF

BADSCHUIM
ZONDER
MICROPLASTICS



Verzorging
zonder zorgen

Koop nu >

NAÏF

BADSCHUIM
ZONDER
MICROPLASTICS



Verzorging zonder zorgen

Koop nu >



Heldere boodschap, sterke eenvoud

Techads ontwikkelde een reeks displaybanners waarin product, boodschap en call-to-action centraal staan. De nadruk lag op één duidelijke claim: badschuim zonder microplastics, gecombineerd met de geruststellende boodschap “verzorging zonder zorgen”.

Door consistente vormgeving over alle formaten en een duidelijke koopknop werd de boodschap snel begrepen en werd display advertising ingezet als directe aanjager van conversie.



Resultaten

1.240.000
Impressies
8.680
klikken
1730
aankopen

Kickstart jouw campagne.

Contact.



info@techads.nl



+31 (0)79-2033 074



Heerbaan 14, 4817 NL Breda



**“Investeer in technologie,
voor je concurrent dat doet.”**

Eduard Nandelall
CEO