

De Morgen

02.11.2007
Page: 35

Circulation: 69351

88634
303



GRATIS PLASJE

'In de spot' brengt het verhaal of de mensen achter een printadvertentie, tv- of radiospot. Deze week nemen we de virale campagne van ING onder de loep.

DOOR MELANIE DE VRIEZE

We bevinden ons in een toilet en moeten kiezen tussen man/vrouw en kleine/grote boodschap. Na de keuze start de video. We staan voor een urinoir en zien voor ons reclame voor thermisch ondergoed verschijnen. Na het plasje wandelen we door de

deur en zien een wc-madam zitten. Als we op 'PayPauline' klikken om te betalen, begint ze in een sappig accent uit het Pajottenland te praten. "Neen, neen. Ge moet niet betalen. We zitten hier op internet. Ge hebt uw achterwerk afgeveegd met pixels en pixels zijn gratis, want daarvoor hebt ge al betaald als ge uw monitor hebt gekocht... Nog iets. Ik zit hier niet 24 uur per dag. Ze hebben mij één keer gefilmd en dan gedigitaliseerd en op een server gezet. Nu zit ik eigenlijk in mijn zetel naar *Mooi en meedogenloos* te kijken met Rich Forrester... Het is volledig gratis, net zoals de site van hiernaast, de ING Lion Account."

Opdrachtgever van de virale campagne is ING Direct. Die wil met het gratis toilet

naambekendheid creëren voor de gratis ING Lion Accountrekening. Bedenker van de video en website i-needtogo.com is het interactieve bureau Emakina. "Mensen vinden dat een bankrekening sowieso gratis zou moeten zijn. Daarom hebben we andere voorbeelden gezocht van dingen waarvoor je moet betalen terwijl ze eigenlijk gratis zouden moeten zijn", zegt Christian Verschaeren, een van de creatieven bij Emakina. "We kwamen al snel uit bij het toiletbezoek. Daarom hebben we het eerste toilet, volledig gratis, op internet gebracht. Aangezien het online is, kost het niks. De wc-madam in de video verwijst naar de site van ING, die 'toevallig' naast haar staat." De *pitch* bij ING leverde vaak surrealisti-





sche conversaties op. "Onze presentatie ging eigenlijk over het verkopen van 'kak'", lacht Verschaeren. "Een van de hypes in onlinemarketing is tegenwoordig het te pas en te onpas gebruiken van de term *user generated content*. Tijdens de presentatie van ons concept aan ING verwees ik dikwijls naar *user generated content*, maar in dit geval doelde ik dus op iets anders."

De wc-madam wordt gespeeld door actrice Karlijn Sileghem. "We zochten iemand met een sappig accent uit het Pajottenland en ik herinnerde me onmiddellijk de huisvrouw uit Asse, Sylvia Muishondt, uit het VRT-programma *Hoe?Zo!*"

De virale campagne is vrij succesvol. Volgens de site van Technorati hebben al

meer dan 135 blogs over de campagne geschreven. "Daarnaast zijn er heel wat blogs die onze toiletten op hun site gezet hebben. Dat is het innovatieve aan de campagne", zegt Christian Verschaeren. "Mensen moeten onze site niet bezoeken, maar kunnen het toilet gewoon op hun blog plaatsen. En krijgen toch de commerciële boodschap mee". De campagne zal onder meer uitgebreid worden met een stickeractie in openbare toiletten.

Reclamebureau: Emakina

Adverteerder: ING Direct

Naam: I need to go

(www.i-needtogo.com)