

VIRTUAL BRAND CAMPS

In der Experience Economy sind einzigartige Erlebnisse das neue Statussymbol. Durch die neuen digitalen Technologien können sie auch in der virtuellen Welt gemacht werden. Immer mehr Marken inszenieren virtuelle Brand Camps, um mit Kunden in Kontakt zu treten, indem sie ihnen statusrelevantes Kennerwissen und eine unterhaltsame Brand Experience vermitteln.

PudelsKern.

WAS DEN TREND ANTREIBT

- Lebenslanges Lernen ist angesagt. Ob Gesundheit, Ernährung, Schönheit, Familie, Freizeit, Wohnen, Karriere oder Shopping – der Drang nach Selbstoptimierung hat so gut wie jeden Lebens- und Konsumbereich erfasst.
- Aufgrund der großen Nachfrage ist das Internet voll mit Podcasts, Video-Tutorials, Online-Seminaren etc., mit deren Hilfe sich User neues Wissen und neue Fähigkeiten aneignen können.
- Da die traditionellen Sommercamps für Jugendliche im Zuge der Corona-Krise entweder abgesagt oder durch Social Distancing erschwert wurden, veranstalteten Marken eigene Online-Camps, um mit jungen Konsumenten in Kontakt zu treten.

WARUM ER RELEVANT IST

- Der Markt für Online-Education soll bis 2025 weltweit 350 Mrd. USD erreichen. Getrieben wird er durch die Einführung von flexiblen Lerntechnologien in Unternehmen und im Bildungssektor (Renub Research, 2019).
- Unternehmen wie Facebook und Apple starten eigene Virtual Brand Academies, um zukunftsorientierte Fähigkeiten zu vermitteln und so Einfluss auf die Schul- und Erwachsenenbildung zu nehmen.
- Durch Virtual Brand Camps, die markenrelevanten Content mit persönlichen Aktivitäten kombinieren, eröffnen sich für Marken vielfältige Möglichkeiten, um mit Kunden auf unterhaltsame Weise in Kontakt zu kommen.