

IKEA

Breng je living tot leven



Social.Lab



CONTEXT

IKEA's popularity all over the world has led to it becoming a staple of **MANY PEOPLE'S HOMES**, making it **HARDER** for consumers to identify the IKEA range as an enabler to **EXPRESS THEIR OWN PERSONAL STYLE**.

CHALLENGE

Strengthen IKEA's **QUALITY** perception, position IKEA as a **UNIQUE, MEANINGFUL** and **TRUSTWORTHY** brand and above all reinforce the **EMOTIONAL CONNECTION** with consumers.





MAIN OBJECTIVES

Close to **HOME**
Close to **PEOPLE**

PROUD to be seen
with IKEA products

INSPIRE good ideas
for my home

CONTENT STRATEGY

WITH BELGIAN INFLUENCERS



6 INFLUENCERS

**EACH WITH THEIR OWN STYLE
& LIVING SITUATION**



Noémie Wolfs



Ine Brands



Emilie Duchêne



Luigi Pistorio

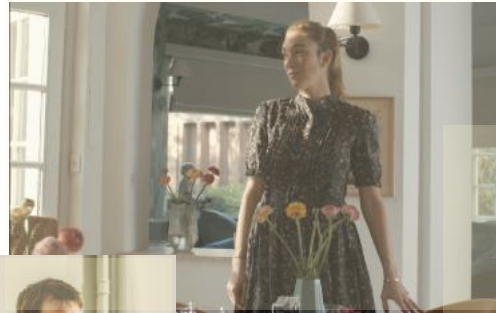


Katrien
Vanderlinden



Seppe De Bie

MAKE ROOM FOR
FRIENDS



MAKE ROOM FOR
PLAY



MAKE ROOM FOR
CELEBRATION

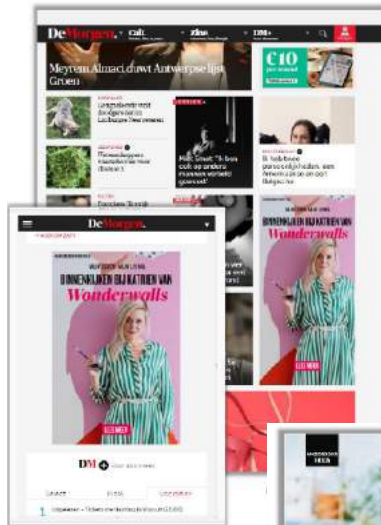


MAKE ROOM FOR
NATURE



INSPIRE IN AN AUTHENTIC WAY

SHOP THE LOOK



SHOP THE STYLE
RECEFET L'ATMOSPHÈRE DE VOTRE DÉCOR AVEC LES PIÈCES DE DÉCOR.

PRODIGE PAR IDEA

TABLE COLLECTIVE
 L'ajout de la table collective apporte une touche de modernité à votre décoration. Elle est parfaite pour recevoir vos invités et pour partager un moment convivial. Choisissez la table qui correspond à votre style et à votre budget.

ACCÈS SOUS S'IL VU
 Découvrez les collections nouvelles et les produits innovants de la marque. Pour en savoir plus, visitez notre site internet ou contactez-nous par téléphone.

MEDIA MIX

PRINT



DIGITAL

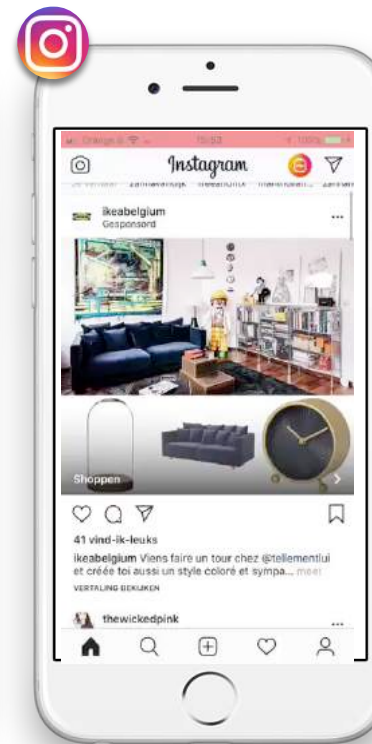
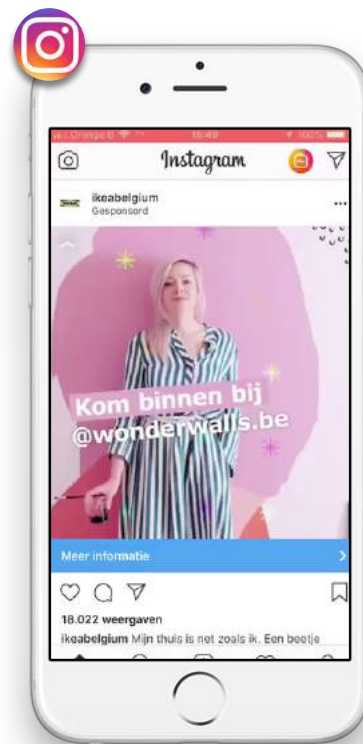
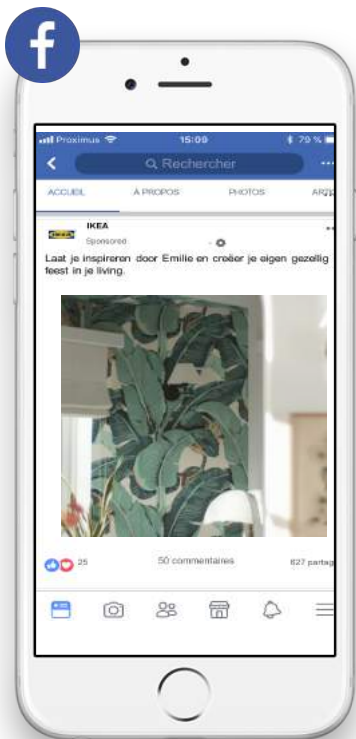


SOCIAL



ADAPTED CONTENT FOR WAVE 2

ON SOCIAL & OWNED MEDIA





RESULTS

ALL BRAND METRICS **INCREASED**

I find **UNIQUE** products : 32% → 54%

IKEA **INSPIRES** me : 47% → 60%

IKEA Fits my **PERSONAL STYLE** : 33% → 48%

PROUD to have IKEA products : 43% → 59%



Social.Lab

