

McDonald's

Beste merk op Instagram

De M van Marketing

McDonald's is een van s'werelds bekendste merken. Het merk heeft écht een eigen cultuur, en iedereen heeft een eigen reden of herinnering aan waarom het merk zo speciaal voor ze is. Op social weet McDonald's dat ze niet de makers zijn van die cultuur. Dat zijn de fans. Wat ons op Instagram zo sterk maakt is hoe wij deze cultuur creatief invulling geven en uitserveren op een manier die keer op keer verrast. Waarmee we bewijzen, dat we zelf de grootste McDonald's fan zijn.

Fan-to-fan content

Het McDonald's kanaal is gebouwd op fan truths: Waarheden uit de unieke McDonald's cultuur die iedereen herkent. Alles wat we doen en zeggen op Instagram is geïnspireerd op hoe onze fans eten, hoe zij over ons denken, wat ze met ons beleven of van ons verlangen. Allemaal informatie die ze heel graag delen met ons in de comments.

Deze social listening maakt onze posts net zo herkenbaar als onze producten: ze zijn fan-to-fan. En de manier waarop? Precies hoe onze fans ook met elkaar praten. Lekker random. Het resultaat? Een feed vol McRandom content om je fritessausvingers bij af te likken.

144K
Volgers

2.6
Engagement
rate

290.658
+/- bereik
per maand

Bekijk pagina ►

Géén format is het beste format

Ons format is dat er geen format is. Er is altijd iets nieuws. Altijd een verfrissende blik. Daarom weten fans nooit wat ze van het McDonald's kanaal kunnen verwachten. Het kan een screenshot van een appje zijn, een snel genomen foto of een video van een oude internet-held in de Mac. Over de content wordt gepraat omdat het echt voelt. Dit resulteerde dit jaar in video's met tienduizenden likes, honderden shares en als hoogtepunt de gestolen M op Lowlands dit jaar; die overal in Nederland hét gespreksonderwerp aan tafel werd.

De altijd verfrissende McRandom content maakt McDonald's het volgen waard. En dankzij de groei in volgers, blijft het gesprek gaande in de comments. Waar we als McDonald's weer fan truths uit halen, om nieuwe content mee te maken. En dat is de gouden M van marketing.

Target audience

Young millennials en Gen-Z. De social savvy generatie die echt entertainment eist van merken op social.

Credits

Client: Brett Gaasbeek **Agency:** ACE | Blauw Gras **Creatives:** Tibor van Ginkel, Mitzi Wiebring, Bart Delwig, Thom Knobel, Koert Eijck, Julia Born, Klaas Verhoeven
Strategy: Raissa Pinheiro Alves, Jennis Jongerius **Design:** Yoshi Hoet, Bart van Ruiten, Max van Velsen **Project Manager:** Marlou Eggink, Raissa Pinheiro Alves, Melissa Tiggeman **Account:** Marlou Eggink **Account Director:** Eric van der Avoird, Victoria Eelsing



jelte_lageveen +1000 aura voor het social media team van Maccie

4 w. 28 vind-ik-leuks Reageren



reneevdruten Goals 🙌

10 w. 4 vind-ik-leuks Reageren



poet_03 Die Mastermovies referentie doet me goed. Ik ben nu meer geneigd om McDonald's producten te consumeren 🍔

6 d. 64 vind-ik-leuks Reageren



yavidemourin Dit is een geniale strategie van mc

9 w. 30 vind-ik-leuks Reageren



n1ks3l 🌊 Dit is de M van marketing

10 w. 69 vind-ik-leuks Reageren



char_lotje13 🤪 Jaaaaa!!!

8 w. 35 vind-ik-leuks Reageren



domien 🌊 Applaus voor deze

30 w. 17 vind-ik-leuks Reageren



miltonverseput1 Dit is top tier marketing van McDonalds.

9 w. 108 vind-ik-leuks Reageren



refelicus Niet alleen jullie M is goud maar jullie marketing team ook 🍷🍷

6 d. 3 vind-ik-leuks Reageren ...