



PERSBERICHT

CoolBrands lanceert de tweede editie van *CoolBrands the Guru Book* in het CoolBrandsHouse.

Amsterdam, 14 november 2008– Tijdens een aantal besloten CoolStoryTelling ontbijtsessies in het CoolBrandsHouse is de tweede editie gelanceerd van CoolBrands, the Guru Book. Dat gebeurde in aanwezigheid van afgevaardigden van merken als Canon, Blueblood, UPC, Bacardi, Centraal Beheer, Nestlé, Heinz, Apple, adidas, Walt Disney en Lenovo.

CoolBrands, the Guru Book is tot stand gekomen door interviews van Cool Unlimited met de experts bij de merken. Er is gezocht naar de WOW-factor waarna het verhaal is geschreven met 'stickiness', zodat het blijft hangen en de grootste kans heeft te worden doorverteld. De stories die je in het boek kunt vinden, zijn van onder meer Zwitsal, Unique, Interpolis, Scotch & Soda, Sanex, Jumbo, Essent, Q-Music, Mazars, Robeco en Vredestein. Massapsycholoog Jaap van Ginneken heeft een theoretisch kader over The Dance of Brands in het boek geschreven, en er zijn inhoudelijke bijdragen opgenomen van merkexperts onder wie Kevin Lane Keller, Martin Lindstrøm, Giep Franzen en Donna Sturgess. Zij hebben op een toegankelijke en beeldende manier hun visie op bepaalde onderdelen van branding beschreven en die gekoppeld aan relevante cases van topmerken. *CoolBrands, The Guru book* is een Engelse uitgave, verkrijgbaar via www.coolbrands.org.

CoolStoryTelling

De ontbijtsessies stonden in het teken van CoolStoryTelling. In een selecte groep komt een aantal mensen aan bod met het verhaal over hun merk. Hierdoor wordt StoryTelling uit de eerste hand ervaren. Dit leverde bijzondere sessies op van verschillende merken en mensen. Iedereen met een eigen verhaal en vertelstijl, waarmee nogmaals wordt onderstreept dat je mensen je merk maken. Cool Unlimited stimuleert al enige tijd CoolStoryTelling voor merken, op het gebied van brandingverhalen. Daarnaast is ze recent in het verlengde hiervan CoolSustainability gestart. Dit is een nieuw initiatief met StoryTelling voor merken over hun duurzaamheidsbeleid. Het CoolSustainability Platform gaat met 20 merken communiceren over hun authentieke verhaal op het gebied van duurzaamheid. Voor de kerst is duidelijk welke merken zich bij het Platform aansluiten en begin 2009 starten de activiteiten. Seeding the Web for Sustainability, Workshops CoolStoryTelling for Sustainability Stories, de uitgave van het CoolSustainability boek zijn de bouwstenen van dit concept.

Verkiezing CoolBrands

Medio november gaat de CoolBrands Verkiezing weer van start, deze keer voor het eerst met de nadruk op brands en sustainability. Welk merk heeft het coolste en meest authentieke initiatief op het gebied van sustainability ontwikkeld. Daarnaast komen uiteraard ook de coolste merken aan bod, coolste giant postercampagne en nog een aantal actuele onderwerpen. De verkiezing gaat lopen via www.coolbrands.org.

////

Noot voor de redactie:

CoolBrands™ is een project van Cool Unlimited. Andere projecten van Cool Unlimited zijn CoolBrandsHouse, CoolSustainability en CoolTravel. Porter Novelli verzorgt de communicatie en PR voor alle projecten van Cool Unlimited. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Anouk Pappers via 06-54774876 of met Maarten Schäfer via 06-15076940 van Cool Unlimited.