



## Rendeert het om op een alternatieve manier reclame te maken?

Beantwoord door Alexandra Limage van Sprint Transport

**J**e merk bekend maken bij het grote publiek? Dat kan uiteraard via printadvertenties of onlinecampagnes. Maar soms is het nodig om helemaal out of the box te denken en andere kanalen te gebruiken. Alexandra Limage van Sprint Transport gebruikt de volledige oppervlakte van haar vrachtwagens als canvas om in het oog te springen bij potentiële klanten en medewerkers met haar mascotte Flexi Lexi.

"Het idee om wat anders te doen dan mijn transportcollega's kwam er in april 2020. Ik keek naar buiten en zag in volle COVID-19-tijd een hele parking vol met blanco wagens stilstaan. Buiten wat reclame op de motorkap en de deuren van de voertuigen was er niets. "Wat

kón ik daar mee doen', was de vraag die in me op rees. Daar ontstond het idee om mascotte Flexi Lexi, onze eigen superheldin, in het leven te roepen. Dit figuurtje is positief, helemaal in lijn met mijn missie en visie. Een opvallende blonde met duim omhoog en grote letter S op haar t-shirt. Flexi staat voor flexibiliteit, Lexi is een synoniem van mijn naam. Het is voor Sprint Transport dé manier om op te vallen in de grijze massa. Het levert bij heel wat mensen een glimlach op. En zó wil ik dat Sprint Transport opvalt!"

### Mascotte

"Je gaat best niet over één nacht ijs als je een mascotte aan je bedrijf wil verbinden. Flexi Lexi heeft heel wat statia gekend. Van de eerste potloodtekeningen die ik ontving tot de verdere evolutie, ze kende heel wat vormen. Ik zocht een klankbord bij collega-ondernemers, want dit is niet iets wat je courant ziet op de weg hé! Er kwamen heel wat varianten, totdat Flexi Lexi na anderhalf jaar haar definitieve vorm kreeg."

### Volledige vloot bestickerd

"Vandaag is nagenoeg de volledige vloot bestickerd. Onze medewerkers dragen zelfs met plezier t-shirts met Flexi Lexi in al haar gedaantes (distributie, snel transport, medisch transport, ADR colli). Ja, dat is gewaagder dan de collega's uit de transportsector, maar soms moet je iets gekks doen om op te vallen in de massa."

### Juiste partner

"Mocht je dit in je eigen bedrijf willen doen, is het belangrijk om met de juiste partners in zee te gaan. Misschien werk je wel met een allround communicatie- of marketingbureau. Dan nog is het verstandig om soms een andere externe partner onder de arm te nemen die écht gespecialiseerd is in wat jij nodig hebt. Dat deed ik voor Flexi Lexi en daar heb ik nog geen seconde spijt van gehad. In combinatie met de nieuwe slogan – Sprint to the rescue – is het nu héél duidelijk wat we doen en wat onze bedrijfswaarden zijn. Onze mascotte heeft vandaag al voor meer naamsbekendheid en visibiliteit gezorgd dan wat ik op de klassieke manier had kunnen krijgen. En misschien nog belangrijker: ook vrouwelijke sollicitanten vinden vlotter hun weg naar Sprint Transport."

Deze expertise werd aangeboden door:

**Sprint Transport**  
– [sprinttransport.be](https://sprinttransport.be)