

ZILVER

“Andrélon haalt meer uit je haar!”

Unilever Benelux

UbachsWisbrun/JWT

categorie: merkcampagnes

Een mooie continuïteitscase, waarbij de uitgangspositie van het merk aanwijsbaar is verbeterd. De keurige lijn in de case is overtuigend en goed voor zilver.

Kanttekening van de jury is dat de doelstellingen niet heel ambitieus zijn geformuleerd: verstevigen van de nummer 1 positie. Daar had nog wel een schepje bovenop gemogen.

De uitgestippelde strategie werkt. Andrélon heeft een kwaliteitsperceptie probleem. Enerzijds moet daarom het merk worden versterkt. Tegelijkertijd moeten de nieuwe productvarianten succesvol worden geïntroduceerd. In de markt van serieuze beauty-beloftes kiest Andrélon voor een over de top aanpak. Wat de concurrenten serieus beloven, relativeert Andrélon met een vette knipoog. De keuze voor ‘real life’ en no-nonsense om de kwaliteitsperceptie te vergroten is slim, verrassend en heeft een fantastisch effect op de merkwaarden en op het marktaandeel.

Het consistente communicatieformat levert de gewenste bijdrage aan het merk. De brand awareness blijft ook tussen de campagnes hoog. En ondanks het strakke herkenbare format vindt Andrélon de ruimte om de nieuwe productintroducties telkens opnieuw sterk in te vullen.

Communicatie heeft overtuigend een cruciale rol gespeeld in het realiseren van de beide doelstellingen. Een kanttekening van de jury is dat de campagne met de keuze voor alleen televisie wat klassiek overkomt. De vette knipoog had ook online goed ingevuld kunnen worden.