



## JURYRAPPORT EFFIE 2010

---

### BRONS

**“Wat een Pokkie jaar!”**

**Hi, FHV BBDO, Red Urban, Mindshare, De Werkvloer, X-Ingredient, Winkelman en Van Hessen**

**categorie: gedragscampagnes**

De 'Pokkie foetsie. Alles foetsie.' -campagne was het officiële kick-off moment van Hi Telefoonboek. Het commerciële doel van de campagne was tweeledig; op de eerste plaats eigen klanten zoveel mogelijk activeren tot het gebruik van Hi Telefoonboek. En vervolgens hiermee de kans dat ze overstappen naar de concurrent verlagen (churn reductie). Met name dit laatste had de waardering van de jury. In de overvolle telefoonmarkt is het gedurfd om je te richten op retentie. “Pokkie” is een begrip geworden. De churn reductie was bijzonder goed te noemen. Vooral ook door het gebruik van co-creatie processen binnen de doelgroep sluit de boodschap erg goed aan. De jury had wel nog wat discussie rondom de communicatiedoelstellingen, die vond de jury wat minder ambitieus.

Al met al een bijzonder goed uitgewerkte campagne: brons.