



JURYRAPPORT EFFIE 2011

BRONS

| | |
|----------------------|---|
| Case: | Hallo Jumbo |
| Adverteerder: | Jumbo Supermarkten |
| Bureaus: | FHV BBDO, VVO² retailcommunicatie |
| Categorie: | Gedragscampagnes |

Een overtuigend en goed geschreven mooie marketing case waarmee Jumbo zich op de kaart zet.

Met realistische doelstellingen en local marketing vanuit het gevoel om bij de winnaar te willen behoren, boekt Jumbo in een sterk competitieve markt op basis van een lage share of voice een mooi commercieel succes. Daarmee is voor een strategie gekozen die besmettelijk werkt.

Creatie en inzet van middelen zijn op zichzelf genomen misschien niet heel bijzonder of origineel, maar de combinatie met de 'winners mood' levert wel een indrukwekkend resultaat en dus effectiviteit op. Jammer overigens dat in de case de lokale verschillen niet goed worden uitgewerkt en zichtbaar gemaakt.

Wat verder niet duidelijk wordt uit de case is de vraag of en in hoeverre het ook daadwerkelijk de communicatie is die de beslissende bijdrage aan het succes heeft geleverd. En of het resultaat dus niet in belangrijke mate ook of zelfs juist verklaard moet worden uit de groei van het aantal winkels, de afwijkende prijsstrategie en de formule. Al met al toch veel waardering van de jury voor de eenvoud en consistentie. Een bronzen Effie.