



JURYRAPPORT EFFIE 2011

BRONS

Case: Go Baby! - Introductie Eau de Zwitsal
Adverteerder: Zwitsal
Bureaus: LBi Lost Boys
Categorie: Gedragscampagnes

Een mooie, compacte, maar niet sterk geschreven case waarin Zwitsal op verzoek van haar fans het bekende geurtje in een flesje op de markt brengt. De case laat zien dat succesvolle reclame niet reclamisch hoeft te zijn. Een case die bovendien volledig draait rondom en binnen de doelgroep.

De doelstelling is niet heel ambitieus, zeker niet gegeven de fanbase van gebruikers van het merk.

In de communicatie wordt goed gebruik gemaakt van de merkkracht. En het beperkte budget heeft verfrissend aangezet tot de inzet van co-creatie en sociale media (Hyves). Bovendien wordt de activatie doorvertaald naar de winkelvloer en ontstaat er zo een nieuwe business niche.

Wat betreft het resultaat kan gesteld worden dat zoveel bereiken met zo weinig budget een bijzonder knappe prestatie is.

Hieraan doet niet af dat voornamelijk niet duidelijk is of sprake is van een tijdelijke hype of dat het effect beklijft. Onduidelijk is bovendien wat de prijsstelling van het product aan het resultaat heeft bijgedragen. Toch wil de jury deze sympathieke case positief beoordelen en daarmee ook dit type cases (low budget) stimuleren tot inzenden.