



## JURYRAPPORT EFFIE 2011

---

### BRONS

**Case:** Lexus CT200h - Tergend dichtbij  
**Adverteerder:** Louwman & Parqui B.V.  
**Bureau:** Launched  
**Categorie:** Gedragscampagnes

Deze uitzonderlijk goed geschreven, sterke en compacte case zet het merk met goede communicatie weer op de kaart.

Door te kiezen voor begeerte als strategie worden doelstelling en resultaat logisch met elkaar verbonden.

Het merk beschikt nauwelijks over een dealernetwerk. Daarom diende te worden gekozen voor op consumenten gerichte communicatie in plaats van de gebruikelijke sales promotie via de dealers. Het wordt als uitzonderlijk knap geoordeeld om aandacht voor een auto te kunnen genereren die pas een half jaar later op de markt verschijnt. In een moeilijke economie bovendien. Wat dat betreft is dit een communicatie case pur sang.

Er is sprake van een sterke middelenaanpak. Met buzz, PR en sociale media elementen wordt het verschil gemaakt met (vele) concurrenten.

Het resultaat is goed te noemen. Zeker ook als de hoge waarde daarbij in ogenschouw wordt genomen.

Gelijktijdig is er veel discussie over de case in zowel de vak- als hoofdjury en tekent de jury aan dat dit resultaat niet alleen door de communicatie kan worden verklaard. Fiscaliteit in combinatie met lease aanbod moet ook een belangrijke rol hebben gespeeld.