



## JURYRAPPORT EFFIE 2011

---

### BRONS

**Case:** Vodafone - The Voice Of Holland  
**Adverteerder:** Vodafone  
**Bureaus:** OMD, Talpa Media, RTL Nederland  
**Categorie:** Gedragscampagnes

Heerlijke energie gevende case.

Oorspronkelijk is deze case geschreven als merkcase, maar geeft onvoldoende resultaat en inzicht op merkniveau. Hierdoor voldoet de case niet voor deze categorie. In overleg is de case vervolgens overgeheveld naar de vakjury gedragscampagnes.

Op medianiveau is deze case spectaculair te noemen met integratie van non-spot, gebaseerd op partnerschap, en sociale media. Men is hier duidelijk bezig met vakontwikkeling en innovatie.

Het communicatieresultaat is dan ook indrukwekkend. De participatiegraad is zelfs fantastisch, maar overigens wel vooral het resultaat van het tv-programma. Gelijktijdig blijft het commercieel resultaat beperkt en is de onderbouwing ervan niet sterk genoeg. De marktontwikkelingen worden niet geschetst en de grootse concurrent wordt zelfs niet genoemd.

Met alle waardering van de jury voor gedragcomponent en slim partnership moet ze dus gelijktijdig vaststellen dat het commercieel effect slechts beperkt is. Bovendien wordt enerzijds veel irrelevante info verstrekt, terwijl anderzijds de wel benodigde onderbouwing niet steeds van voldoende niveau is.