

Bol.com wint Gouden Effie voor campagne

19-11-2012 00:00

Bol.com heeft een Gouden Effie in ontvangst mogen nemen voor één van zijn merkcampagnes. Het webwarenhuis ontving de prijs van de bond voor adverteerders BVA en de vereniging van communicatieadviesbureaus VEA voor zijn campagne 'Het vliegwiel van de beste winkel van NL'.

De jury noemde de campagne van de online verkoper 'een uitstekende marketingcase'. "De betrouwbare media-winkel heeft op slimme en rustige wijze haar positie weten uit te bouwen tot een vanzelfsprekend winkelkanaal en heeft zich daarbij op een natuurlijke manier weten te verbreden. Hierbij is de bekendheid en vertrouwdeheid van het merk op de juiste manier ingezet", aldus de jury in het juryrapport.

Tijdens het reclamefestival 'De 24 uur van de reclame' werden zes zilveren Effies, zeven bronzen Effies en één gouden exemplaar uitgereikt aan de meest effectieve reclamecampagnes van Nederland. Unilever nam een Bronzen Effie in ontvangst voor de campagne 'De Unox Boeren Scharrelrookworst', die werd gemaakt door reclamebureau TBWA/Neboko. Daarnaast ging ook Campina met een bronzen award naar huis voor 'Campina: van Zuivelplas naar merkzuivel', die werd gemaakt in samenwerking met reclamebureau DDB.

In totaal beoordeelde de zeskoppige jury, met Frank Heemskerk van Royal HaskoningDHV als hoofdvorzitter, 41 cases in drie inzendingscategorieën: gedragscampagnes, merkcampagnes en bewustwordingscampagnes. Voor de winnende campagne werkte Bol.com samen met Etcetera, De Positioneerders en Born05.

Voor een overzicht van alle winnaars [klikt u hier](#).