



Juryrapport

Dutch Interactive Awards 2019

Corporate	2
Data	4
B2B Commerce	5
Activation	6
Communities	7
Tools	8
Brand	9
Service	11
Content	12
Campaign	14
E-commerce	16
Disrupter	18
Digitale Transformatie	20
Nieuwe Interfaces	22
Company of the Year	23
Professional Best in Design	24
Professional Best in Tech	25
Professional Best Talent	26



Juryrapport

Corporate

Winnaar goud

Digitaal platform Anne Frank Stichting - IN10, Maykin Media, Forcefield

Geweldig. Ze steken met kop en schouders boven de rest uit binnen deze categorie. Hier vloeien corporate en storytelling naadloos in elkaar over. Meertalig opgezet en toch zo logisch. De stichting, de winkel, informatie voor scholen zijn allemaal makkelijk gepresenteerd. Echt knap en qua UX echt goed. Ook het servicegedeelte knalt er uit. Vanuit doelstellingen zijn de juiste technische keuzes gemaakt.

Winnaar zilver

dhlparcel.nl: grenzeloze service - One Shoe

Sec bekeken is dit een serviceomgeving maar wel erg goed uitgevoerd. Ze hebben het makkelijk gemaakt om pakketjes te versturen. Klantgericht en aansprekend ontworpen voor een markt waar de concurrentie moordend is. Voor een traditioneel bedrijf is dit een site die vergelijkbaar is met start-ups. Ze komen van heel ver, zeker gezien de bedrijfscultuur. Goed om te zien dat het internationaal wordt opgepikt door HQ.

Eervolle vermelding

Poki: speelse corporate site voor een net zo speels merk - Resoluut, Poki, Evermade

Prachtig dat ze corporate design naar de gamewereld brengen. Dat doen ze op een speelse en gedetailleerde wijze. Het geile design draagt bij aan binnenhalen van ontwikkelaars en spreekt ook de andere beoogde doelgroepen aan, al is de informatie voor de adverteerdersmarkt mager. De identiteit van een gamebedrijf komt terug in het design. De jury was benieuwd naar resultaten om de impact van het design te kunnen zien.

Nouryon - Valtech

Prima corporate site en erg knap en uitdagend om zonder dat het merk er is toch dit werk neer te zetten. Het is zichtbaar dat er veel energie in is gestoken. De jury zag een potentiële winnaar als er meer vernieuwing en interactie in had gezeten.

vervolg zie volgende pagina >>



Juryrapport

Corporate *(vervolg)*

Land Life Company: Impact you can see - Qikker Online

Echt een corporate site, al is de jury meer gegrepen door het doel dan de site an sich. Het is duidelijk dat het nieuwe ontwerp een verbetering is. Ze vertellen corporate hun verhaal en filteren er klanten selectief uit. Je ziet meteen waar het over gaat, maar dan? Supersympathiek, maar qua site vrij gewoon.

The Smallest Ad - Your Social

Prima campagne, erg gefocust en afgekaderd. De combinatie van het online en offline kanaal is waanzinnig goed gedaan. De jury miste de landingspagina op de corporate site die eigenlijk wel bij deze moderne campagne had gepast. Dat zou een mooie brug zijn geweest tussen campagne en corporate.



Juryrapport

Data

Winnaar goud

Persoonlijke aandacht door slimme toepassing van data - Green Orange

Quality wellness resorts bewijst dat een slimme datastrategie kan leiden tot een toename van gasten, relevantere proposities en een betere gastervaring. Optimalisatie van de bedrijfsvoering pur sang. Deze case is bekroond omdat de datastrategie integraal is doorgevoerd in de bedrijfsvoering en de opvolging van leads uitzonderlijk persoonlijk is. Het is een mooie mix tussen goed plannen, het aantrekken van de juiste mensen en het bieden van een optimale klantervaring.

Winnaar zilver

Lion King Musical, marketing stitching campagne - Greenhouse, Mindshare

Een volledig geïntegreerde digitale campagne die de kaartverkoop heeft verhoogd door slim gebruik van data. Met name de dynamische inzet van content en prijsstelling in display advertising wierp hoge ogen. Deze case is bekroond vanwege de dynamische, creatieve inzet van content en op funnel management.

Data-driven journeys: de reis van je leven - Yellowgrape

Met een slim algoritme, dat creatief is toegepast, is het De Jong Intra gelukt om de customer journey te personaliseren en een gigantische conversie stijging te realiseren. De Intra maakt een inhaalslag in een markt gedomineerd door platform spelers, dit biedt perspectief voor de toekomst.

Maashub: dataknooppunt verbetert regionale mobiliteit - Way2Web Software

Mobility as a service. Een uniek portaal dat vele datastromen op ingenieuze manier combineert en er zo voor zorgt dat oma onbezorgd naar de kapper kan. De groei van het platform zit erin om de data die dit platform genereert beter toe te passen.



Juryrapport

B2B Commerce

Winnaar goud

MijnDeur2.0 - Intracto, 3Dimerce

In een categorie met een grote variatie aan werk, springt deze case eruit. In de B2B-wereld gaat het erom waarde te creëren voor de keten. Dit digitale platform is daar bijzonder goed in geslaagd, zo bewijzen de cijfers. Het business probleem van aannemers is nu omgevormd tot een gemaksmoment en bovendien een uitgelezen kans voor upselling. Dat het platform zich in technische zin gemakkelijk laat verbinden met andere spelers, biedt bovendien veel hoop voor de toekomst. Een gouden case.

Winnaar zilver

Looye - Brand website - Burst

Deze case zit goed in elkaar - een knap resultaat. Het is het bureau gelukt zowel het platform als de tomaat aantrekkelijk te maken - en te laten smaken, zo weet de jury inmiddels. De jury vindt het indrukwekkend om te zien dat het gelukt is de consumenten te beïnvloeden en de tomaat daardoor bij bedrijven onder de aandacht is gebracht. De website vertelt een rond merkverhaal en biedt potentie voor de toekomst. De jury kijkt uit naar het digitaliseren van de processen richting de zakelijke afnemers.

Hellocars: nieuw online businessmodel in de automotive - Indicia, Door Lotje getikt

Het nieuwe online businessmodel voor Hellocars levert een slimme en spannende case op. Online auto's verkopen is al een uitdaging op zich. Dat het gelukt is om door middel van een pull-mechanisme zakelijke rijders te interesseren, is daarom erg knap werk. De jury hoopt dat beide partijen erin slagen de potentie te verzilveren.

Altijd dichtbij - Gracious

Dit is een goede crossmediale campagne met indrukwekkende cijfers. Erg bijzonder is dat het gelukt is die cijfers te behalen zonder dat Warmteservice daarvoor extra business effort nodig heeft gehad of kosten moest maken. De jury is benieuwd naar het resultaat op langere termijn: het aanspreken van een jongere doelgroep en terugdringen van de vergrijzing onder de installateurs.



Juryrapport

Activation

Winnaar goud

Iedereen is een winnaar met de Huishoudbeurs App - Resoluut, TouchTribe

De huishoudbeurs is heel mooi online gebracht. Activatie wordt op meerdere momenten gedaan: zowel vóór, tijdens als na afloop van de huishoudbeurs. De jury vindt het knap dat het is gelukt om huishoudbeursbezoekers buiten de beurs te activeren. Op veel terreinen is iets moois neergezet; een grote massa consumenten is op de been gebracht en de online en technologische aspecten zoals crowd control maken indruk bij de jury. Deze case verdient goud.

Winnaar zilver

Hartstichting. Een AED voor jouw buurt - We Are Blossom

De actie 'van nationaal naar jouw buurt' spreekt aan, waarbij bewoners op de juiste manier worden geactiveerd. Er zijn al 1300 nieuwe AEDs geplaatst en per week komen er vijftig nieuwe acties bij. De actie voor AED in de buurt heeft grote maatschappelijke impact, en kan indrukwekkende cijfers laten zien.

VR EXperience - dpdk

VR-oplossing voor SOAids. Sense.info krijgt twee miljoen bezoeken per jaar, en doel van de campagne is om het condoom in beeld te krijgen. Goed uitgevoerde case met een lastige boodschap. Nuttige inzet van VR. Mooie resultaten. VR heeft impact, zeker op de jonge doelgroep.

Earn your stripes - RapidSugar, Close Contact, Ice Media

Een co-pilotencursus voor KLM-gebruikers. Goed uitgedacht en mooi uitgevoerd, vooral de visuals. Slimme manier om klantprofiel te verrijken en te activeren. Een correct uitgevoerde case, maar naar de mening van de jury niet echt innovatief.

Crack the case - Jalt

Techstudenten willen werken bij Google of Tesla en hebben geen aandacht voor een werkgever als Deloitte. Daarom ontwikkelde Deloitte een game op Facebook. Slim om via een game techtalenten te scouten en te retargetten. Strak uitgevoerd en goede resultaten.

Verdubbeling aantal sollicitanten door Employer Branding - Triggerfish!

Een succesvolle activatie. Als gevolg van deze case is Tielbeke nu snelst groeiende transportbedrijf in Noord Nederland, omdat het bedrijf in tegenstelling tot concurrenten wel aan personeel kan komen. Goed uitgedachte case voor een lastige doelgroep.



Juryrapport

Communities

Winnaar goud

Kanker.nl - One Shoe

De jury is erg onder de indruk. Hoe gevoelig het onderwerp ook, de zorgvuldigheid waarmee ze omgaan met community is enorm. De cijfers qua gebruik en bereik zijn indrukwekkend en het design erg to the point. Respect voor de communitymanager die er is en haar mensen kent. Ze hebben bij het herontwerp gehoord van de gebruikers wat er nodig is. En ook het bureau heeft aantoonbaar goed geluisterd naar de wensen van de community. Als je het over community hebt dan is dit het voorbeeld. Het klopt technisch en is helemaal vanuit patiënt geredeneerd. Anderen kunnen hier veel van leren. 'Wij zijn er voor jou', lijkt zo simpel maar is zo consequent doorgevoerd.

Winnaar zilver

Van Gogh Belicht - De brieven - Fabrique, Q42

Mooi en bijzonder dat zoveel mensen reacties geven op oude Nederlandse taal. Je wilt iets doen met brieven en laat het mensen highlighten: knap. Interactief gezien heel bijzonder om vijftien kilo papier te ontsluiten met mooie online quotes. Mooi en origineel concept. Het maakt iets los. Uitdagend concept en technisch knap uitgevoerd met internationaal potentieel.

Vitesse app - Dept

Het is een goede app voor het publiek met leuke interactie-elementen. Ze raken er een groot deel van de doelgroep mee als actief gebruiker. De jury is nieuwsgierig naar welke community-elementen op termijn worden ingebouwd om het interactie-element van en met de groep te versterken.

hockey.nl: hang je hockeystick aan de vlaggenmast - Entopic

Mooi verhaal waarin activatie voor adverteerders met content centraal staat. Met het laatste punt, de content, zijn prijzen te winnen.

Q-Dance live mode - Triple

De app sluit goed aan bij het event en laat zien dat ze de doelgroep goed kennen. Streams worden goed bekeken en daarmee maak je het festival breder toegankelijk, ook voor mensen die niet komen.



Juryrapport

Tools

Winnaar goud

Revolutionair platform in het vastgoed-onderhoudsdomein: Adwise - Your Digital Brain

Met deze tool worden alle partijen in vastgoed samengebracht: huurders, beheerders, en onderhoudsbedrijven. Mooie koppeling van een chatbot en interne systemen. De melding van een storing is drastisch verkort, telefonische communicatie is enorm verminderd en de digitale meldingen zijn fors gestegen. Een eco-systeem zoals dit bestaat nog niet elders. Deze tool maakt veel mensen blij. Extra knap omdat er geen innovatieve cultuur is in deze branche.

Winnaar zilver

Skip de kassa met seamless shopping van Tap to go - Soda Studio

AH bouwt aan de winkel van de toekomst. De kassa zit nu in de weg. Met de 'Tap to go' tool stijgt de omzet structureel, blijkt uit de eerste resultaten. Jury is benieuwd naar het daadwerkelijke opschalen van het kassaloze winkelen. Ook internationaal gezien innovatief.

Spending money and time-wiser! - Greenhouse

Een nuttige tool om campagnes (creatie) te verbeteren: een nieuw algoritme met 27 ABC testen. Dit heeft geresulteerd in grote verlaging van de media-uitgaven en een forse toename van conversie. Een goede case, maar onvoldoende innovatief voor een Dutch Interactive Award.

Renault Z.E. Smart Charge App - Jedlix, aFrogleap

Mooie oplossing om elektrisch rijden schaalbaar te maken, duurzaamheid te bevorderen en bestuurders te belonen. Deze tool heeft de potentie om standaard te worden voor de industrie. Het is nu nog klein, maar het heeft een hele mooie gedachte. Een goede case.

Primephonic - Q42

Een mooie niche tool, afgestemd op doelgroep klassieke muziek liefhebbers. Hele mooie case, maar Primephonic mag van de jury nog wat brutaler worden en de doelstellingen wat ambitieuzer.

HEINEKEN Rewards - WeAreBrain, Triple

Een mooie case met een prachtige oplossing. Prima digitalisering van cash back acties. Maatwerk dat schaalbaar is en nu in vijf andere landen wordt uitgerold. Strategisch erg goed, maar als tool onvoldoende innovatief en onderscheidend volgens de jury.



Juryrapport

Brand

Algemeen: Brand is dit jaar een categorie waarin de uitkomsten zeer dicht bij elkaar liggen. Het juryberaad is tot in de avond doorgegaan en uiteindelijk is gekozen voor de onderstaande gouden - en zilver winnaar.

Winnaar goud

Geld voor later, maar dan van nu - DotControl, RockBoost

Het lef zit niet alleen in het kleurgebruik en de fotografie, maar ook in de moderne manier van marketing. De positionering is goed doorgevoerd in alle uitingen. Uiteindelijk heeft Brand New Day gewonnen omdat ze hun originele DNA terug hebben weten te vinden en dit hebben uitgedragen in een merkidentiteit met lef.

Winnaar zilver

Sevenstars: A brand with a Spark - Triggerfish!

Deze case bewijst dat je met een onderscheidende identiteit die is doorgevoerd in alle touchpoints mooie resultaten kan boeken. De uitvoering had van de jury nog creatiever gemogen. In een complexe markt met veel concurrentiedruk, is de ondernemende speler SevenStars gelukt om zich te onderscheiden met een nieuwe merkidentiteit die integraal is doorgevoerd.

Eervolle vermelding

Relaunch vn.nl - Havas Lemz, Station10

Het merk VN heeft zich volledig opnieuw uitgevonden en groeit voor het eerst in 40 jaar. VN staat voor onderscheidende journalistiek die aanslaat in de markt. Less is more. Minder artikelen, maar meer leesminuten. En een nieuwe identiteit die aanslaat bij een jongere lezersgroep. Deze case heeft niet de volledige jury weten overtuigen, maar krijgt wel een eervolle vermelding.

Intermediair - Greenberry

Een case die bewijst dat het mogelijk is om een ingedut merk nieuw leven in te blazen. Met een mooie en goed doordachte huisstijl, toegepaste across touchpoints, is het gelukt om relevanter te worden bij een jongere doelgroep. In de uitvoering is een goed basis voor de toekomst. Er had echter meer aandacht besteed kunnen worden aan diversiteit.

vervolg zie volgende pagina >>



Juryrapport

Brand *(vervolg)*

KiesMBO.nl - Estate Digital, Ape to Zebra, Design for Life, BlendedWorks

Kies MBO is een verfrissend merk in een landschap dat wel wat opgefrist mag worden. Met een beperkt budget is het gelukt om studenten, ouders en decanen een inspirerend en relevant platform te bieden dat helpt om een passende opleiding te vinden. In de opleidingsmarkt zien we echter vergelijkbare initiatieven.

De digitale rijpingskelder, voor bierliefhebbers met geduld - Isobar, Tilt Vizeum

'Een verhaal over rijping' is een zeer merkwaardig service en content platform, dat Hertog Jan neerzet als een iconisch speciaalbier voor geïnspireerde bierliefhebbers. Premium-ness en vakmanschap spat van deze case af. Het is een jong concept met nog veel meer potentie.

Juryrapport

Service

Winnaar goud

Skip de kassa met seamless shopping van Tap to go - Soda Studio

De categorie is service en ze bedienen hier direct hun doelgroep. Spot on, recht in de roos. AH heeft het belang van de eindgebruiker scherp in het vizier. Ze lopen er niet weg voor het feit dat de klant zijn gedrag moet gaan veranderen en faciliteren een risico, diefstal. Dat alles vanuit het hoogste doel om de klant te servicen. Knap hoe ze willen voorlopen met technologie.

Winnaar zilver

Welkom in de nieuwe wereld van het vastgoed-onderhoudsdomein - Advise - Your Digital Brain

Ziezodan is een platform waar we het kip-ei-probleem voldoende aandacht zien geven. Zowel voor huurders makkelijk is om storing te melden met feedback over snelheid van de oplossing, als ook de transparantie voor corporaties. Heeft veel perspectief voor bredere uitrol. Past in de tijdsgeest van platformiseren.

Justdiggitt App - Dept

Sympathiek idee dat zich nog moet bewijzen in de praktijk. Goed dat ze ter plekke aanwezig zijn en lokaal bijdragen. In de basis ziet het er goed uit, qua concept super maar we weten niet of het werkt. Er is nagedacht over de uitvoering, samenwerkingen en het ontvangen en verwerken van feedback. We zijn benieuwd naar de schaalvergroting als een SMS-interface massa brengt.

Je persoonlijke thuis begint met persoonlijke aandacht - Jungle Minds, Oberon

BAM Home studios is een goed idee, want voor huizenkopers is het nuttig om een breed overzicht van opties beschikbaar te hebben. Het sterkste onderdeel is dat je goed wijzigingen in het design van een nieuwbouwhuis kunt aangeven. Het meerwerk in de opties is ook handig. De jury is benieuwd naar hoe de omgeving zich op termijn verhoudt met de werkelijkheid waar open platformen de norm zijn.

Volvo Vehicle Handover Training - RMMBR, Aptic

Waanzinnige demo. Een aantal juryleden had dit graag voor de eigen personenauto gewenst. Als platform fantastisch bedacht, maar hier staat wel belang van Volvo boven dat van de eindgebruiker.

Modern vastgoed taxeren. Taxatieplatform taXapi - Label305

Het team heeft goed gekeken naar het proces van de taxateur en hen een tool gegeven die vele malen efficiënter is. Qua b2b-software, als service, is hier goed over nagedacht.



Juryrapport

Content

Winnaar goud

BNR SMART Radio - Elastique

BNR Nieuwsradio heeft een applicatie ontwikkeld waarmee men niet alleen goud verdient, maar wellicht zelfs goud in handen heeft. Het volledig geautomatiseerd herverpakken van bestaande content en dit op een ander platform aanbieden vergroot de waarde van de content en speelt naadloos in op de toenemende vraag naar personalisatie. De datagedreven applicatie steekt qua technologische innovatie met kop en schouders boven alle andere cases uit. Het is een typisch voorbeeld van technologie die geschikt is voor een spin-out. Niet alleen nationaal, maar zelfs internationaal.

“Eindelijk een reden om weer Radio in het algemeen, en BNR in het bijzonder, te luisteren. Omdat reclame ontbreekt en onderwerpen toegesneden zijn op de persoonlijke smaak van de luisteraar, die gericht kan zoeken en via een duimpje waardering voor een uitzending kan uitdrukken bereiken ze online nieuwe doelgroepen. Verdient het om verder uit te werken.”

Winnaar zilver

Hoe houden we een kinderwebsite veilig en boeiend: SpangaS - Grrr - Creative Digital Agency

Hoe stel je content beschikbaar voor een trouwe, maar tegelijkertijd media gevoelige doelgroep van 8 tot 10 jaar oud? Spangas slaagt erin om de brug te slaan tussen interessante content en haar kijkers door hen een eerste social media ervaring te bieden. In een veilige omgeving waarbij de kracht in de eenvoud zit. jongeren komen 3x per week terug, zoeken de interactie en blijven vervolgens gemiddeld een kleine 10 minuten per keer geëngageerd.

De jury spreekt haar waardering uit voor het feit dat Spangas haar verantwoordelijkheid pakt en met beperkte middelen er toch in slaagt om een groter maatschappelijke ontwikkeling (verantwoord social media gebruik onder jongeren) te adresseren.
een award.

Digitaal platform Anne Frank Stichting - IN10, Maykin Media, Forcefield

Een fraai vormgegeven website waarin het indrukwekkende verhaal van Anne Frank en het Achterhuis op integere wijze wordt weergegeven. Aan de hele productie is te zien dat zorgvuldigheid centraal stond en dat er resultaat is geleverd waar men trots op mag zijn. Het vormt een goed fundament voor de verdere ontwikkeling van storytelling, waarbij de jury ook de hoop en verwachting uitspreekt dat dit zich ook zal vertalen in stijgende effect op het totaalbezoek.

vervolg zie volgende pagina >>

Juryrapport

Content *(vervolg)*

Flikken Rotterdam Online Experience - AVROTROS

De intense beleving van een goede televisieserie is ook online door te voeren. De Flikken Rotterdam Experience biedt de kijker van Flikken Rotterdam een extra beleving, in aanvulling op de reguliere tv-uitzending. Het verhaal is zeer fraai vormgegeven, waarbij speciale content voor de website is gecreëerd. Een jongere doelgroep werd bereikt en daarmee werd zeker een belangrijke doelstelling behaald. Dit initiatief verdient meer dan de wekelijkse 10.000 bezoekers, wat een (te kleine) fractie is van de 1 miljoen televisiekijkers.

Trees - VPRO

Trees is een lovenswaardig initiatief. Fake news en een gebrek aan vertrouwen in journalistiek vormen - vooral onder millennials - een groot probleem. Door expliciet de interactie aan te gaan met de luisteraar en het journalistieke onderzoeksproces totaal transparant te maken bouwt Trees ontegenzeggelijk aan het verhogen van het vertrouwen in de journalistiek. Het gekozen medium (Podcast als basis) is weliswaar in opkomst, maar bemoeilijkt ook de interactie met de luisteraars. Zo is in geschreven artikelen het immers eenvoudiger om de dialoog met de lezers te zoeken, bijvoorbeeld door hen expliciet uit te nodigen om comments te verwerken. Ondanks dat de pilot rond Trees inmiddels is gestopt, spreekt de jury haar waardering uit voor het genomen initiatief.

Storytelling platform Beeld en Geluid - IN10

Dat Beeld en Geluid zich niet beperkt tot het welbekende gebouw toont zich in Tilt, het online verhalenplatform van Beeld en Geluid. Het vertelt verhalen waarbij op fraaie wijze gebruik wordt gemaakt van het bestaande beeldarchief. De innovatieve wijze van presenteren door middel van flash cards en inspeland op de wens van de lezer zorgt ervoor dat content op een verfrissende wijze wordt aangeboden. De journalistieke productie van de verhalen zorgt voor een baken betrouwbaarheid in een soms vluchtig medialandschap.

Juryrapport

Campaign

Winnaar goud

Koning Toto: WK 2018 - Greenhouse, TBWA, Men in Green

Koning Toto is een campagne die de millennial doelgroep raakt in de kruising van voetbal, hiphop en straatcultuur. Vol impact en plezier. Jong, oud, man en vrouw praten hierover. Tegelijkertijd is conversie niet vergeten en dat is terug te zien in de resultaten. Het concept is zo sterk dat het campagne zelfs zonder TV succesvol zou zijn geweest.

Winnaar zilver

Introductie Fuze Tea perfect geserveerd rondom outlets - PauwR Digital Marketing

Deze case bewijst de kracht van hyperlocal advertising. Door op ieder verkooppunt een mini-campagne te voeren, is Fuzetea in staat geweest om mensen naar B2B verkooppunten te trekken om daar een perfect geserveerde Fuzetea te proberen. Een veelbelovende B2B campagne met een B2C afdronk. Fuzetea zet een innovatieve manier van campagnevoeren neer. De opzet is veelbelovend, maar er is nog ruimte voor verbetering in resultaat.

De Zitcheck - Greenberry, Fitzroy, Yune

De campagne heeft Zilveren Kruis op nummer 1 gezet bij alle merkdoelstellingen en Nederlanders daadwerkelijk laten opstaan. Een gedegen campagne die een complex thema op de kaart zet, maar net geen award krijgt.

Doritos Collisions: The Livestream Battle - Fitzroy, Divimove, OMD

Een super harde battle tussen beauties and gamers die leidde tot indrukwekkende resultaten op bereik en sales. Goede doorvertaling van een internationaal concept, maar de case heeft het uiteindelijk verloren van Koning Toto.

DubbelFriss #Lifehacksss - Gravity, Fantube

Een sterke influencer campagne waar de lol vanaf spat. De jury vraagt zich af wat de ROI van de campagne is en denkt dat de campagne meer potentieel heeft om de shopper doelgroep aan te trekken.

vervolg zie volgende pagina >>

Juryrapport

Campaign *(vervolg)*

Van Gogh Belicht: De brieven - Fabrique, Q42

Indrukwekkende case waarin 15 kilo aan brieven toegankelijk zijn gemaakt voor het vluchtige Nederlandse museumpubliek. De campagne laat zien dat de woorden van Van Gogh nog steeds relevant zijn en de emotionele betrokkenheid bij het merk en de bezoekingentie heeft verhoogd. De case had naar de mening van de jury meer kunnen inzoomen op de doelstellingen en de resultaten/effectiviteit.

Juryrapport

E-commerce

Algemeen: Dit jaar had de jury het niet eenvoudig. Alle nominaties toonden de volwassenheid van e-commerce in Nederland aan. En tegelijkertijd waren er dit jaar geen duidelijke innovatieve doorbraken die er met kop en schouders bovenuit staken. E-commerce leent zich in zo'n geval bij uitstek voor het beoordelen van harde resultaten.

Winnaar goud

bol.com case: Podobrace.nl, een omzetstijging van 500 procent - Dunion Online Marketing

Deze case excelleert in harde resultaten. Podobrace, een sympathiek, relatief klein bedrijf dat enorme resultaten heeft geboekt met de bewerkte middelen die zij tot hun beschikking hadden. E-commerce werd niet alleen op hun eigen website geoptimaliseerd, maar met name in het bredere ecosysteem. Gevolg was een omzetstijging van bijna 500 procent in een hoog concurrerende markt.

Winnaar zilver

bol.com: de grootste shopping app van Nederland - Resoluut

Het herontwerp van de app van Bol.com heeft ontegenzeggelijk zijn vruchten afgeworpen. User interfaces werden aangepast, visualisaties waar nodig gebruikt en personalisatietechnieken werden toegevoegd. Een forse omzetstijging, zonder duidelijke kannibalisatie op de overige kanalen was het gevolg en bevestigt de rol van Bol.com als een van de voorlopers op e-commerce vlak in Nederland. Een verdere vorm van personalisatie is de logische vervolgstap.

Etos Webshop Omni-channel Customer Journey - Dept

Etos heeft een huzarenstukje geleverd door in 6 maanden een volwaardige e-commerce website op te bouwen. Dat verdient lof en vormt een uitstekende basis om de komende periode de activiteiten verder uit te breiden. Meer betalingsmogelijkheden, meer interactie, nog meer beleving. Dus als Etos dit tempo weet voort te zetten, ziet de jury hen volgend jaar graag terug.

Digitaal podium vol voorstellingsvermogen - GuiltyPeople

DeLaMar is er in geslaagd om een website te bouwen die de toets met de concurrentie moeiteloos kan doorstaan. Sterker nog, de resultaten tonen aan dat de investering in het platform zich in korte tijd heeft terugverdiend. Toch blijft de jury met een ambivalent gevoel zitten. De video voorafgaand aan de presentatie geeft een warm gevoel en kondigt een beleving aan die op de site nog niet volledig wordt waargemaakt.

vervolg zie volgende pagina >>

Juryrapport

E-commerce *(vervolg)*

Een fluid webshop voor Dekbed Discounter - Yellowgrape

Een indrukwekkende case. De jury onderschrijft het belang van een geïntegreerde inzet van een DMP, kunstmatige intelligente, machine learning, A/B testing en psychografische toepassingen zoals de beïnvloedingsfactoren van Cialdini. De jury spreekt haar waardering uit voor de schijnbaar kleine investering in tijd, middelen en geld die geleid hebben tot de grote deliverables en de nog betere resultaten (met een terugverdientijd van één week...). Op basis daarvan kan de jury niets anders dan concluderen dat er een zeer knap resultaat geboekt is.

Rituals.com Global Redesign - Emakina, AKQA

Het redesign van de Rituals website is goed geslaagd. De totale Rituals beleving komt duidelijk naar voren. Fotografie, design, video zijn allemaal in de herkenbare Rituals stijl geplaatst. Een internationale website waar zonder meer op doorgebouwd kan en moet worden. Juist de rituelen lenen zich voor een verdere verdieping en ook de (persoonlijke) adviesfunctie laat naar het oordeel van de jury nog ruimte voor verbetering.

Juryrapport

Disrupter

Winnaar goud

MedicPlanner: optimale personeelsplanning tegen lage kosten - E-sites

Deze categorie bevat werk van zeer hoge kwaliteit. De jury is echter in het bijzonder onder de indruk van deze tool die in staat is de gehele zorgketen te veranderen. De potentie is enorm - zowel voor zorgmedewerkers als iedereen die er ooit in zijn leven mee te maken krijgt. De jury is ook zéér blij met de volhardendheid van ondernemers zoals deze. Ze zijn in staat om het duopolie op deze markt te doorbreken en voor grote verandering te zorgen. Deze gouden beloning is nadrukkelijk ook een aanmoediging naar ieder ander digitaal initiatief in de zorg.

Winnaar zilver

BNR SMART Radio - Elastique

In een wereld waarin radio nog nooit is afgeweken van het lineaire model, vindt de jury dit zeer disruptief. SMART Radio levert een persoonlijke radio-ervaring en op termijn mogelijk een nieuw verdienmodel. Nog indrukwekkender vinden de juryleden de potentie van de achterliggende strategie. Wat als BNR optrekt met FD Mediagroep en het werk van beide partijen hierin combineert? De jury ziet allerlei kansen om nieuwe vormen van advertising in te passen (of juist weg te laten). De samenwerking tussen het bureau en het mediabedrijf heeft geresulteerd in iets dat nergens eerder is gezien.

Een volledig ecosysteem voor IoT betalingen - Resoluut, Soda studio, Mr Koreander, TechTribe

FINN heeft precies de juiste markt gekozen, één die in potentie enorm is. De jury is onder de indruk van de manier waarop een duidelijke behoefte is voorzien van een oplossing: frictieloos betalen. Er wordt uitgekeken naar verdere resultaten en succes. Met de bijbehorende branding moet het mogelijk zijn de markt te bewerken en wellicht dé IoT-betalpartij te worden.

Skip de kassa met seamless shopping van Tap to go - Soda studio

Dit is wat je noemt Nederlands pragmatisme tegenover het Amerikaanse techgeweld. De jury vindt het bewonderenswaardig hoe er door samen te werken een werkend concept is neergezet waarmee de bottleneck uit de retail verdwijnt. Er wordt reikhalzend uitgekeken naar het daadwerkelijke opschalen van dit kassaloze winkelen.

vervolg zie volgende pagina >>

Juryrapport

Disrupter *(vervolg)*

Dobbi - TBWA\MOBILE, \NEBOKO

Met deze formule voor een digitale was-en stoom service snijden de opdrachtgever en het bureau internationale spelers knap de bocht af. Dat er met alle betrokkenen direct is gezorgd voor een landelijke dekking komt zeer krachtig over. Dit is een mooie manier om een nieuwe markt te maken, aldus de juryleden. Spannend aan deze case is wel hoe de wrijving tussen de 'point of sale'-verkoop en de betrokken aandeelhouders wordt ervaren.

Smart Medal - TDE, Triple Double

Dit is een bijzondere activatie die zowel fysiek als emotioneel raak is. De man met de hamer en de emotie die een medaille met zich meebrengt komen mooi samen. De jury kijkt uit naar de internationale expansie.

Juryrapport

Digitale Transformatie

Winnaar goud

Samskip container business in de cloud - Okapion

Samskip heeft een volledige digitale transformatie gedaan. Niet alleen op losse onderdelen of projecten, maar het bedrijf is juist heel grondig door alle processen gelopen. Er is goed gekeken naar digitalisering, ook vanuit gebruikersperspectief. Het is daarbij ook dapper dat het bedrijf op deze schaal heeft durven opereren.

Winnaar zilver

Michiel: de next-gen reserveringsmedewerker - Connect Holland

Juist in een hospitalitybranche een robot brengen, dat is opvallend en gaat in tegen de heersende mening in de branche; het is een gewaagde stap in een traditionele sector. Daarbij behaalt Michiel goede resultaten, de conversie van aanvragen loopt hard op sinds de introductie.

Veilig Vakwerk - 52DN, CUMELA Nederland, Stigas

Deze digitale dienst is bedoeld voor veiligheid op werkvloer, de webportal is een digitaal archief. Ook wordt video ingezet om veiligheid op de werkvloer begrijpelijker te maken. De 'transformatie' zit vooral in het wegnemen van heel veel papierwerk. Een mooi en raak concept, al is er nog veel meer mogelijk.

Perfetti van Melle VR Risk Assessment Training - Boldly-XR, Sping

Risk assessment training in VR. De retentie van kennis is zeer fors gestegen en dat is veel hoger dan bij toepassingen zonder VR. De onboarding-tijd is flink verlaagd. Het is daarom een mooie case, maar naar de mening van de jury opereert de case vooral op het vlak van e-learning en is het niet per se een complete digitale transformatie. De case is wel goed uitgevoerd.

Parnassia - Een digital mindset helpt 100K extra patiënten - Dept

50 procent van de Nederlanders krijgt vroeg of laat psychische klachten. Bij de geestelijke gezondheidszorg organisatie Parnassia willen ze die patiënten in de goede funnel leiden. Digital first moet ervoor zorgen dat de organisatie meer mensen kan bereiken. De gedachte is mooi, maar aan de uitvoering zou nog een en ander aan kunnen worden verbeterd. Wel een mooie eerste stap naar een digitale transformatie binnen deze zorgsector.

vervolg zie volgende pagina >>

Juryrapport

Digitale Transformatie *(vervolg)*

Telerportaal GreenChain - Incentro

Telers zien op tegen digitaal werk, en daarvoor heeft het teleportaal en oplossing. Het portaal staat midden in de keten en gaat de ketensamenwerking naar een hoger niveau tillen. Maar het is nu nog een app, en dat is volgens de jury nog geen complete digitale transformatie. Er staan wel vervolgstappen gepland. Stap voor stap wordt het portaal een marktplaats voor de branche.

Juryrapport

Nieuwe Interfaces

Winnaar goud

BinnensteBuiten kookassistent - Embot.ai, SHAKE Lab

De jury is onder de indruk van deze mooie casus. De stem is de interface van de toekomst. Beide partijen hebben heel knap een kans gegrepen om hier bovenop hun eigen laag te ontwikkelen. Dit resultaat is voor de publieke omroep een mooie kans om de oplossing open te stellen voor andere ontwikkelaars, aldus de jury. Daarmee kan een universele kookassistent ontstaan - een sprekend voorbeeld van innovatie. Deze gouden DIA is een grote aanmoediging voor anderen om te zoeken naar slimme use cases voor nieuwe technologie.

Winnaar zilver

AR om de impact van gebiedsveranderingen zichtbaar te maken - Snakeware

Deze case is in zijn geheel bijna out-of-the-box bruikbaar voor elk waterschap. Snakeware heeft hiermee een zeer schaalbare interface ontwikkeld die mogelijk zelfs is te gebruiken voor iedere denkbare politieke organisatie. Zo doet de jury de suggestie om te kijken naar de toevoeging van tips om de opwarming van de aarde te voorkomen. Dit is een nieuwe en knappe prestatie.

Een interface voor de computer van de toekomst - Hike One, De Voorhoede

Dit is een prachtige en aantrekkelijke manier om een brede doelgroep kennis te laten maken met een nieuwe technologie. Het kostte de jury de nodige hersencapaciteit om de complexiteit van de case goed te doorgronden. Het is een kans om een brug te slaan van een leading edge quantuminnovatie naar het grote publiek. Een compliment ook voor dit type aanmelding.

AH Tech app - &samhoud media en &ranj, TBWA\NEBOKO

Een zeer geslaagde campagne en goed werk van de betrokken bureaus. De combinatie van augmented reality en programmeren in blokken is absoluut een mooie vernieuwing te noemen. Dat de bedrijven erin zijn geslaagd om veel kinderen op een persoonlijke manier te bereiken is een indrukwekkend resultaat.

Zappmissie Live VR-Gaming - GAMEDIA

De jury vindt dit een sterk concept. De inzet van BN'ers in een virtual reality-verhaallijn en de betrokkenheid van kinderen via een second screen is ontzettend leuk en bovendien mooi uitgevoerd. Alles lijkt goed aan deze case en bijzonder positief is dat de techniek herbruikbaar is. De jury windt zich wel erg op over het door de NPO gekozen uitzendtijdstip. Deze innovatie om de betrokkenheid onder jonge kijkers te vergroten is gebracht op een moment dat kinderen nauwelijks tv kijken. De jury is oprecht benieuwd naar de resultaten bij een uitzending op woensdagmiddag.

Juryrapport

Company of the Year

Winnaar goud

Albert Heijn

Albert Heijn is een ervaren opdrachtgever voor bureaus. Maar inmiddels kan en doet het concern een heleboel zelf. Echter, wanneer er bewegingen zijn op het gebied van technologie of andere trends dan haken ze maar al te graag experts aan. Ze kunnen heel goed binnen en buiten balanceren en de jury gelooft dat een dergelijke relatie met bureaus de toekomst zal zijn voor veel grotere bedrijven. Albert Heijn is zich zeer goed bewust van waar ze goed in is maar ook waar de toegevoegde waarde ligt van de agencies. De samenwerking is respectvol, vandaar dat de jury Albert Heijn de gouden winnaar vindt!

Winnaar zilver

Van Gogh Museum

Het van Gogh Museum weet op een slimme en innovatieve manier het gedachtengoed van de schilder naar het publiek brengen. Wat het museum doet staat symbool voor het feit dat kunst gaat over het beroeren. Ze neemt ons mee voorbij het schilderij naar de belevingswereld van de kunstenaar. Ook digitaal weten ze het publiek te beroeren, het museum is zich zeer bewust van de toegevoegde waarde van de digitale kanalen en benutten deze op een unieke manier.

Rituals

Rituals heeft met haar nieuwe site een fantastische sprong voorwaarts gemaakt. Het bedrijf is inmiddels een global player zijn en de lat ligt heel hoog. Tegelijkertijd zijn ze niet bang zijn om conventies te challengen. Opdrachtgever en bureau hebben vanuit een giga ambitie iets heel bijzonders én effectiefs weten te realiseren waarbij intelligent is om gegaan met branding en de op te wekken emoties. De resultaten (gebruikers, sessies, conversieratio) zijn het bewijs dat een multidisciplinair team (AKQA & Emakina en eigen expertises) erin is geslaagd zowel merkbeleving te verrijken als conversie te verhogen. Hiervoor mogen de handen voor op elkaar.

De Hartstichting

De Hartstichting toont lef in wat ze doen. Ze weten verschillende verhalen voor verschillende publieksgroepen te optimaliseren. Ze gebruiken data en storytelling om op een slimme manier mensen te overtuigen en te bewegen bij te dragen aan het goede doel. Door de inhoud voorop te stellen gaan ze respectvol om met hun gevers, het wordt nooit drammerig. Chapeau!



Juryrapport

Best in Design

Winnaar

Jan Jesse Bakker - RONIN Amsterdam

Het signatuur project van Jan Jesse is zeer overtuigend: heel bijzonder om spannende content zo bij elkaar te brengen met een eenvoud waar we zeer gecharmeerd van zijn.

Priscilla de Gier - Code d'Azur

We weten allemaal dat banken moeite hebben IT personeel te werven. Met het spannende design van The Lockdown voor ABNAMRO is het zeker dat Priscilla een prachtige bijdrage heeft geleverd om dit probleem te tackelen.

Stan Grootes - Fabrique

Stan heeft met Van Gogh Belicht wederom laten zien in staat te zijn design te combineren met UX met oog voor techniek die van dit project een feest maken.



Juryrapport

Best in Tech

Winnaar

Tim van Deursen - Q42, Hack The Planet

Als iedereen nou eens zo dacht over de inzet van technologie dan zou de wereld er al heel wat mooier uitzien, klasse!

Rens van de Wiel - RONIN Amsterdam

De manier waarop Rens techniek en game technieken toepast in code en daarmee weer nieuwe dimensies toevoegt aan beleving is indrukwekkend.

Johan Huijkman - Q42

De inzet van techniek zoals Johan dat doet is voor veel klanten een verademing en maakt zaken werkbaar en toegankelijk, dat heeft hij met Below The Surface op een hele goede manier laten zien.



Juryrapport

Best Talent

Winnaar

Luke Janissen - Greenhouse

De wijze waarop Luke het Auping bedtijd verhaal heeft vormgegeven belooft heel veel voor de toekomst, indrukwekkend.

Bella Bovens - Incentro

Een talent met gevoel voor de fysieke wereld en de digitale wereld, heeft mooi combinatie gemaakt. Hiermee maakt Bella mensen blij met oog voor maatschappelijke context, blij dat doen!

Llayda Huijser-Küçükosmanoglu - Dept Agency

Al jong en vaak onderscheiden: een belofte voor de toekomst! Daarbovenop wordt zeer gewaardeerd dat Llayda in haar vrije tijd kinderen tussen de 7-18 jaar gratis les geeft in programmeren.