



Juryrapport

Dutch Interactive Awards 2018

Corporate	2
Data	3
B2B Commerce	4
Activation	5
Communities	6
Tools	7
Brand	8
Service	9
Content	10
Campaign	11
E-commerce	12
Disrupter	13
Digitale Transformatie	14
Nieuwe Interfaces	15
Company of the Year	16
Professional Best in Design	17
Professional Best in Tech	18
Professional Best Talent	19



Juryrapport

Corporate

Winnaar goud

Houthoff - Conclusion Digital

“Het verschil zit in de mensen die er werken” en precies dat ademt de site tot in het kleinste detail. Gedurfd om de medewerkers met profielpagina en zelfs hun mobiele nummer online te zetten. Heel benaderbaar. De site zit knap in elkaar qua flow, is mooi en goed uitgevoerd in samenwerking met het bureau. Alles is goed doorvertaald. Hele goede, mooie visuals. De jury vindt dit écht onderscheidend in de top tien advocatenkantoren in Nederland.

Winnaar zilver

Kempen - Dept, KesselsKramer, Van Santen & Bolleurs

Visueel gaat dit erg ver, is erg gewaagd. En dat waardeert de jury erg, want de site is onconventioneel mooi uitgewerkt. Geen handenschuddende mannen en de nieuwe, herkenbare stijl is helemaal doorgevoerd. Gedurfd. Er zitten wel wat usabilityfoutjes in maar die worden achteraf wel gerepareerd.

Nieuwe corporate website VodafoneZiggo - Clutch, Triple IT hosting

Snel, heel snel, twee merken met elkaar kunnen samenvoegen qua look and feel. Missie geslaagd. Wel had de jury iets meer aandacht voor/naar de consumersites annex -diensten kunnen waarderen. Iets meer dan een link. Voor een bedrijf met pakweg zes miljoen klanten is niets aanbieden aan de consument eigenlijk geen optie.

Stichting Vluchteling: directe hulp bij acute nood - Estate Digital

Supergoede navigatie, heldere iconen en fris ogend. Het resultaat is interessant, maar niet gedurfd. We zien geen corporate site sec maar corporate met een vleug consumer. De boodschap is leidend. Overigens zien we richting de bestaande donateurs vrij weinig actie. Dat is wel een punt.

Sanquin: met bloedproducten de internationale markt op - theFactor.e

Zo'n ingewikkeld veranderingstraject goed samen opgelost. Hiertoe hebben de partijen zichtbaar met geduld vastgehouden aan hun oorspronkelijke aanpak. Met positief resultaat. Het resultaat is conceptueel gezien wel te veel inside out gedacht en technisch gezien vrij basaal.



Juryrapport

Data

Winnaar goud

Porsche24 - Achtung!, Label A

Deze casus laat zien hoe data goed en creatief zijn in te zetten voor de loyaliteit van automobilisten. Dit heeft mooie basale insights opgeleverd: bijvoorbeeld dat het belonen naar gedrag in plaats van besteed geld tot betrokkenheid leidt. Er is door beide bedrijven knap omgegaan met de bestaande systemen en de technische haalbaarheid. De jury ziet nog een hoop mooie kansen voor Porsche wanneer het besluit telematica in te zetten. Achtung! heeft zonder meer een case opgeleverd die professionaliteit uitstraalt en het niveau van veel ander werk overstijgt.

Winnaar zilver

Wedden op Real-Time Relevancy - Blue Mango Interactive

Blue Mango Interactive laat hiermee zien dat het deze tactiek bijzonder goed beheerst. Dit resulteert in een goede en heldere data-toepassing voor de advertentiecampagne van Toto. Door hier real-time de quoteringen in mee te nemen, worden de uitingen een stuk slimmer. Een kansrijke volgende stap is om profielen op te bouwen en predictie toe te passen. Blue Mango Interactive heeft met deze casus cijfers opgeleverd waar iedere opdrachtgever heel blij mee zou moeten zijn.

La Place Extra's - MOBILE STRATEGY

Mobile Strategy heeft laten zien dat er door data te combineren met klantgesprekken op locatie veel praktische inzichten zijn te verzamelen. Erg goed om te zien dat met die klantinzichten een aanpak is bepaald voor het verbeteren van de app.

NLZIET Onboarding - Adeptiv

De casus biedt een mooi perspectief: de jury ziet nog veel mogelijkheden voor slimmer datagebruik. In de huidige opzet is het een knappe prestatie op de vooraf gedefinieerde doelen: de kijktijd is verhoogd.

Toegenomen user experience door effectieve inzet klantdata - Advise Your Digital Brain

Dit is een casus die bol staat van het gezonde verstand en pragmatiek. De data is gebruikt om de klant nog beter centraal te stellen - de complexiteit is nog wel wat beperkt. Duidelijk is dat er door te kijken naar de veelgestelde vragen veel is geleerd door Kees Smit Tuinmeubelen.

Juryrapport

B2B Commerce

Winnaar goud

HAVI Connect business software - DotControl

De jury vindt dit een bijzonder charmante case die een klasse beter is dan de rest. Van het datagebruik tot de implementatie is dit vernieuwend. Er is een businessoplossing geboden die de gehele bedrijfsvoering raakt: het idee werd daardoor een hele digitale strategie.

Onder andere de 'predictive ordering' laat zien dat er echt vanuit de klantpijn is gedacht. Het luisteren naar de onderbuik, het met data valideren en cyclisch doorpakken laat zien dat DotControl iets heeft toegevoegd aan het project. De pay-off van het bureau, 'We prefer science', is hier spot-on.

Winnaar zilver

Microsoft Surface Book - Turn passion into possible - Carat, The Story Lab, Amnet, iProspect, Isobar

Knap aan de case is hoe Carat een volledige samenwerking heeft weten te pakken. Daardoor is niet alleen de campagne maar ook de funnel goed beïnvloed. De bredere rol die mediabureaus willen is hier waargemaakt. Microsofts doel was het behalen van marktaandeel, Carat heeft de expertise van een mediabureau goed ingezet om tot meetbare subdoelen te komen. De twee bedrijven hebben zich losgemaakt van de beperkte positie die een mediabureau en een lokale vestiging van een internationale organisatie kunnen hebben. Er is voor een totaal van creatie, klant en mediamix gezorgd, dat maakt de case bijzonder.

lamborghini Academy - twnkls | augmented reality, Innovam

Voor zowel de trainings- als salesapp zijn relevante technieken gebruikt. Mooi om te zien is dat technieken als AR uit de pilotfase komen en twnkls daar praktische toepassingen voor heeft gevonden. Het wordt goed ingezet in de day to day productsituatie. Knap hoe het bureau onder tijdsdruk heeft gewerkt en de brug tussen traditionele lesmethoden en de auto heeft gevonden.

New10: de bouw van een Corporate Startup - Dept, Studio Dumbar part of Dept

In de basis een sterk concept met een heldere doelstelling. Knap hoe allerlei strubbelingen zijn weggenomen en er binnen enkele minuten duidelijkheid is te geven over de aanvraag. De echte resultaten moeten echter nog komen - naar verwachting in 2019.

Philips Azurion Interactive Tour - Lukkien

Vanuit Lukkien gezien een goede casus. Het is bewonderenswaardig hoe het bureau de medische expertise en een grote hoeveelheid aan data heeft om weten te zetten naar een informatief en functioneel product. Hoewel de doelen wat algemeen blijven, een mooie stap.



Juryrapport

Activation

Winnaar goud

Porsche Into the frame - Achtung!, Oxford House, Sound Right

Heel creatief en goed uitgevoerde campagne. Ze hebben zich erg goed verdiept in de doelgroep en daar een passend concept hij gemaakt, met de juiste incentives (foto's).

Winnaar zilver

Bavaria #Carnavalvrij - Blauw Gras, CLIFF, Fama Volat, Mindshare, Newslab PR

Een aansprekend thema als uitgangspunt. Wat op het juiste moment is ingezet - mede door de verkiezingen, waardoor politici aanhaakten. En bovendien strak uitgevoerd. Zo is er met een relatief beperkt budget enorm veel bereikt. En is men geslaagd in de opzet om de banden aan te halen met 'thuismarkt' (Brabant).

Hartstichting HartenHelper - We Are Blossom, Mr Ynk

Zijn (mede door deze campagne) een juiste weg ingeslagen, door uit te gaan van inzicht in wat mensen willen geven en hoe ze dit willen doen. Hartengame(.nl) is ook goed gevonden. Het is wel de vraag of een game en de doelgroep (35+) een match is.

Jumbo PSV Dynamic Video Campaign - MediaMonks

De emotie kinderen, ouders en sport is een mooi uitgangspunt. Waarbij de lokale slagkracht goed past bij Jumbo. Daarbij is het schaalbaar en ziet het er professioneel uit. En: kinderen meer laten bewegen is een pluspunt.

Tele2 Super Super Super Selfie - iProspect, INDIE, CODE D'AZUR, MEC, Storyboard, The Story Lab

Tactisch slimme media-inzet. Mede door de Lens langer uit te nutten dan de 24 uur dat Snapchat hem in de etalage zet. De goede cijfers onderschrijven dat. Wel zou het nuttig zijn te meten hoeveel extra klanten het heeft oplevert.

There's no single truth - Valtech, DOORROOD

Erg goede actie. Geslaagd in de opzet om veel profielen te verzamelen. Dus snapt men de doelgroep goed en weet die te activeren. Mooi ook om een defensieve aanleiding (aangevallen in je markt) om te buigen naar een pure adviesfunctie. Inclusief waardevolle, internationale uitrol.



Juryrapport

Communities

Algemeen: Goud en zilver liggen dicht bij elkaar en het is daarom een lastige keuze geweest. De jury is enorm onder de indruk van beiden omdat ze goed in staat zijn een lastige doelgroep te betrekken.

Winnaar goud

VraagApp - De Wortel van Drie, Reframing Studio

Heel sterk in community met de moderatoren daarin als sterk element. Dit is volgens de jury een community puur sang. Techniek wordt hier gebruikt om iets dat technisch lastig is in de praktijk lekker simpel en vooral nuttig te maken. De stijl is OK.

Winnaar zilver

#Polertiek - Elastique

Digitaal wordt ingezet voor iets dat niemand anders kan, jong publiek actief bij politieke beeldvorming betrekken. Het is spontaan ontwikkeld om te zien of en hoe het werkt. En dat is gelukt. Punt van kritiek: in de kern is het meer zenden dan community. De jury ziet een community als een interactief geheel van bijdragen. Polertiek zet zijn publiek wel actief in, maar fungeert vervolgens als kanaal. Respect voor het feit dat het zelf, buiten NPO-gelden om, is gefinancierd.

Socius Connect - Way2Web Software

Dit is eigenlijk een offline community waarbij een online tool de processen van woninghuurders ondersteunt. Dat maakt het tot een interessante manier om processen bij de organisatie te stroomlijnen.

De Monitor - NoProtocol

Heel interessant hoe ze journalistiek bedrijven, maar functioneel gezien is het in wezen heel rechttoe en rechtaan. Het is meer een tool, een managementsysteem. Ze hebben zich met de bouw hiervan een doel gesteld en dat gehaald en functioneel kunnen vertalen naar de praktijk. In een volgende stap zouden ze meer kunnen interfacen naar de belevingswereld van het publiek.

Myinlife: de kracht van de eigen omgeving - Betawerk

De jury uit zich vooral in respectvolle bijvoeglijk naamwoorden. Grondig, duurzaam, eenvoudig, klaar, schaalbaar en bruikbaar. Het steekt er echt bovenuit, niet in het minste vanwege de volhardendheid voor iets dat een maatschappelijk probleem is. Mooi hoe het concept van de sociale kringen hier wordt ingezet.

Juryrapport

Tools

Winnaar goud

Winkelpersoneel-app: enorme tijdwinst door slimme integratie - Soda studio

Zit erg goed in elkaar. De combi van verschillende systemen is geslaagd.

Het maakt een consumenten-experience voor werknemers daadwerkelijk waar. Sterk ook: tech voor het verbeteren van face to face-contact om de klant beter te bedienen. En tegelijkertijd een fijne onboarding tool. Waarbij goed is voorgesorteerd op verdere (internationale) uitrol.

Winnaar zilver

Het Rijksmuseum in je broekzak met de totaal vernieuwde app - Q42, Fabrique

Ziet er gelikt uit, lijkt zeer volledig en toont een voorlopersrol in de industrie. Knap dat een kwart van de bezoekers er gebruik van maakt. Wel liggen er nog extra kansen, bijvoorbeeld voor crowd control. En een meer end-to-end benadering (voorpret/napret) waarbij ook een minder voor de hand liggende doelgroep bereikt kan worden.

Oxxio app - Dept

Moderne aanpak, goed om als een nutsbedrijf vanuit een app te werken. Geeft het gevoel dat klanten alles bij elkaar kunnen vinden en ziet er goed uit. Waarbij de chatbot (en daarmee experimenteren) positief opvalt. Mede door de verschuiving in klantcontact richting de bot. Een valkuil is wel de bot te veel centraal te stellen.

VaarWater - Uselab

Charmant idee, goede tool. Goed om te merken dat het al effect heeft: overlast verminderen. De doelen worden dus behaald. En dat met een beperkt budget. Wel zou het prettig zijn als er meer samenwerking in platform zit. Bijvoorbeeld door bewoners erbij te betrekken.

Zorgverkenner - Greenberry, Fitzroy

Goede insteek als gids in het zorg-doolhof. Speelt in op duidelijke behoefte bij de consument. Wel wat klein neergezet, waardoor de impact er nog niet helemaal is. En soms niet helemaal duidelijk?



Juryrapport

Brand

Winnaar goud

Brandpunt+ - Greenberry, Elements Interactive

Een noodzakelijke update van het merk Brandpunt. Sterke merkpositionering die Brandpunt weer op de kaart heeft gezet. Duidelijke story-first benadering. Significant bereik in de millennials. Designstijl waarin de identiteit duidelijk naar voren komt. Merkidentiteit had van de jury nog duidelijker en met nog meer overgave mogen worden doorgevoerd.

Winnaar zilver

Kempen - Dept, KesselsKramer, Van Santen & Bolleurs

Een unieke samenwerking van vier partijen. De eerste haute finance boutique met een merkidentiteit die mooi is toegepast in fotografie en op andere touchpoints. Binnen de corporate financiële branche is het merk onderscheidend gepositioneerd. De identiteit is prachtig gevisualiseerd. Een mooi uitgangspunt om verder door te voeren in marketing automation en alle andere touchpoints.

Rijksoverheid designtaal voor digitaal - DutchGiraffe | Digital Creatives

Deze mooie designtaal voor digital is eerste stap om een eenduidige identiteit te implementeren bij de overheid.

Davidoff - Burst

Prachtig content platform dat zowel online als offline werkt. Bijdrage aan sales is duidelijk.

Zorg voor #deleven - XXS Amsterdam, Cake Film & Photography, Mindshare, Merktroubadour

Leuk merkplatform, geschikt voor allerhande content en met goede resultaten. Door de always on aanpak heeft anderzorg zich weten te onttrekken aan de negatieve prijsspiraal in de sector.

Juryrapport

Service

Algemeen: Inzendingen zijn motiverend en inspirerend. Goede nominaties maar wel een lastige categorie.

Winnaar goud

Vaarwater - Uselab

Spot on qua gebruikersbeleving. Zeer sterke vondst om gaming als uitgangspunt te nemen, zodat een app over 'saaie' regels ineens een handige dienst wordt die je graag gebruikt. De nieuwe app bevat veel praktisch nuttige elementen en is ook leuk. Helder design, makkelijk in gebruik (ook zonder mobiele data!) en past zich aan op belangrijke evenementen. De jury ziet ook zeker de potentie van de plannen voor de toekomst.

Winnaar zilver

Prosperity, de eerste digitale vermogensbeheerder - Deloitte Digital, Fabrique

Complex en goed bedacht, maar je kunt beter de disruptor van jezelf zijn dan dat een ander het doet. Het is echt knap wat Prosperity in elf maanden tijd heeft neergezet. Dat erkent de jury hardop. Knap dat ze over zichzelf heen kunnen stappen en daarvoor techniek mooi inzetten. Dit is een gamechanger.

Powerpeers app - Greenberry, Elements Interactive

Het team heeft de basis neergezet om op te bouwen voor de toekomst. Eigenlijk zijn ze, naar de inschatting van de jury, nog net wat te vroeg en werken naar een momentum toe. Mogelijk is het een geweldige casus over twee jaar, want de ideeën naar de toekomst - zoals het communityaspect - zijn interessant.

Stockon - Nooit meer zonder - Fabrique, Q42

Leuk en goed initiatief maar gezien de status en ontwikkeling van de rest van de markt moet het heel snel gaan groeien. De jury snapt het initiatief vanuit PostNL maar nog niet helemaal vanuit de consument. Bij gebrek aan resultaten acht de jury de inzending te vroeg en zouden de casus over een jaar nog graag terug zien.

Regelneef - Dé app van energiedirect.nl - SuperHeroes

Goed uitgevoerd maar niet heel bijzonder. En dat is misschien ook juist wel de kunst: de functie zo ver mogelijk terugbrengen tot de essentie om het nuttig te houden. Niet meer bieden dan dat je gebruiker nodig heeft maar wel precies dát bieden wat je gebruiker nodig heeft. Jammer dat veel mensen het niet kennen.

XXImo Milo service app - E-sites

Het idee om de reismodaliteiten te combineren is goed, maar de casus is te complex. De puzzelstukjes kloppen, maar de go to market verdient nog aandacht want is ingewikkeld.



Juryrapport

Content

Winnaar goud

Smartify - MOBGEN | Accenture Interactive

Een hele goede, leuke en vooral ook veelbelovende case die wereldwijd een grote impact kan hebben op de kunstwereld. Content draagt het concept. Terecht heeft Smartify al meerdere awards in de wacht gesleept. Nu ook een DIA.

Winnaar zilver

Fantube.me - Gravity

Een simpele, originele en unieke content case. De uitvoering is mooi gedaan. Iets dergelijks is de jury niet eerder tegengekomen. De resultaten vallen nu nog wat tegen, maar Fantube.me heeft zeer veel potentie.

Diageo “The Bar” - Achtung!, Opearlo, The compound, Stainless Sound, Chuck Studio’s

Gaat dit groot worden? Ja! Een veelbelovende case. Mooi uitgevoerd, goed uitgewerkt en zeer vernieuwend qua tech. Dat is tegelijkertijd ook de belangrijkste hindernis, want de technologie werkt nog redelijk beperkt. De jury twijfelt of de case wel optimaal tot haar recht komt in de categorie content.

Thuisarts: impactvol medisch contentplatform - One Shoe

Alles is goed aan deze case. De kwaliteit van de content, de interactie, het design en Thuisarts is zeer volledig. Hiervoor complimenten. Echter conceptueel is het onvoldoende vernieuwend voor een award.

Radio 538 app - Q42, Hike One

Met tech is er een mooie basis gelegd voor een revolutionaire toekomst van het oude medium radio. Deze case is naar de inschatting van de jury, nu nog net wat te vroeg. De jury heeft hoge verwachtingen en kijkt uit naar de uitrol.

Voetbal International - Info.nl

Mooi dat met tech voetbalcontent wordt ingezet voor commercie. Erg goed uitgevoerde case. De jury is benieuwd naar de verdere uitwerking van de plannen. Zij adviseert om vooral te focussen op gepersonaliseerde content en om de business aspecten van de case verder uit te bouwen.

Juryrapport

Campaign

Winnaar goud

Chocomel - Dept

Hele sterke, digital first, omnichannel case. Dynamisch, grappig, van deze tijd, relevant gemaakt voor een breed scala aan touchpoints. Een mooie combinatie van merk en performance resultaten. Alles is inderdaad lekkerder met Chocomel.

Winnaar zilver

Ikea - Geven met aandacht - Fabrique, OGD, Made for Digital, Triomf

Niet alleen een campagne, maar een service om kadootjes te geven met aandacht. En het concept is een herbruikbaar product. Mooie user experience van reclame-uiting tot POS met een sterke uplift van verkopen in zowel online als offline stores. Een hele succesvolle start van een beweging.

De Boer & de boer, Een reis naar de herkomst van koffie - Greenberry, BrandDeli, Superhero Cheesecake, Kaliber Interactive, Moving Arts, VR Gorilla, Sound Circus, Zenith

Mooie campagne die niet George Clooney, maar de koffieboeren neerzet als hero van Nespresso. Merkimago is verbeterd, maar het lijkt relatief klein in vergelijking met de campagnes die we gewend zijn van het merk.

Samsung en StukTV bereiken millennials met Het Jachtseizoen - RTL

High-tech influential mediaconcept die de merkdoelstellingen en productbekendheid van Samsung significant laat stijgen en tegelijkertijd de (jonge) doelgroep via gamification meer buiten laat spelen. Het merk Samsung wordt echter overschaduwd.

#Hatersgonnalove - Tele2 geeft liefde aan online haters - iProspect, INDIE CODE D'AZUR, MEC, Storyboard, The Story Lab

Onderscheidende campagne binnen een verzadigde markt, die het internet een liefdevollere plek maakt en het merk aantrekkelijker. De campagne is goed gekoppeld aan de positionering van het merk. Het wordt echter onvoldoende duidelijk hoe de campagne bijdraagt aan sales.

Anonieme retail tickets converteren naar bekende klanten - Oxyma

Agile aanpak die resulteerde in een uplift in de verkoop van abonnementen en dagkaarten. Het campagne element is echter minder sterk in vergelijking met de andere cases.



Juryrapport

E-commerce

Winnaar goud

Beerwulf.com - Valtech

De site voor speciaal bier ging van 400 orders per week vorig jaar naar 400 per uur nu, dat is imposant. De snelheid van zowel de ontwikkeling van de site als de groei in omzet is indrukwekkend. Een goede keus om slechts tijdelijk met een externe partij te werken, om daarna eigen mensen in te zetten. Aan de hand van investeerder Heineken opereert Beerwulf zeer sterk in onontgonnen gebied, met indrukwekkende groeicijfers.

Winnaar zilver

Tony's Choco Platform - Bitfactory, Studio Sugar Free

De website is top en bovendien grappig ingericht. De shop sluit naadloos aan op de missie van Tony, de wereld van chocola slaafvrij maken. Het is een fantastische brandstory. Het is een schoolvoorbeeld hoe e-commerce ingezet kan worden als branding. En dat zonder paid media!

De nummer 1 beautywebshop van Nederland: JohnBeerens.com - Bluebird Day

Mooie eerste stappen met machine learning gemaakt, om zo op termijn een gepersonaliseerde site te kunnen aanbieden. Ook retargeting is goed verzorgd. Conversiecijfers zijn omhoog gegaan, nu boven de vijf procent.

Eric's New York - The Mobile Company

De site en app worden hoog gewaardeerd, maar het is een one time use app: slechts bedoeld voor bezoekers van New York. Veel fans, maar de substantiële omzet mist nog, en het model is niet schaalbaar.

Het nieuwe wehkamp: van kopen naar ultiem shoppen - Soda studio

Goed verzorgde website met mooie groeicijfers. Er is een duidelijke focus op gezinnen, wehkamp richt zich op de moeder, de 'CEO van het gezin.' Het is een prestatie om te blijven groeien als je al zo groot bent.

Juryrapport

Disrupter

Winnaar goud

Bynco - De nieuwe manier van auto's kopen! - DearNova, FEL

Een goed alternatief voor de aankoop van auto's van zowel particulieren als dealers. Een veelbelovend eerste jaar met potentie om de wijze van auto's kopen totaal te transformeren. De jury ziet nog wel kansen in de verbetering van de user interface. Heel knap dat er zoveel vertrouwen is in deze dienst dat er auto's worden verkocht zonder ze te zien en te rijden.

Winnaar zilver

Powerpeers app - Greenberry, Elements Interactive

Mooie disruptieve dienst, maakt energielevering transparant, meer sustainable en aangesloten op de sharing economy. In een branche waarin duurzaamheid nog met certificaten wordt gereguleerd, lukt het deze dienst om een transparante oplossing voor een van de grootste vraagstukken van nu te brengen en door mee te liften op de sharing economy.

New10: de bouw van een Corporate Startup - Dept, Studio Dumbar part of Dept

Relevante dienst in de financiële wereld. De grootste USP is snelheid van kredietverlening, dit is genoeg voor een derde plaats in de categorie disruptie.

Peaks - Beleggen met je wisselgeld - Peaks

Slimme disruptieve oplossing voor mensen die nog niet beleggen. De jury vraagt zich af in hoeverre het bijdraagt aan vermogensopbouw voor klanten en voor het bedrijf zelf.

Winkelpersoneel-app: enorme tijdwinst door slimme integratie - Soda studio

Mooie toepassing die zorgt voor een efficiëntieslag in de organisatie. Disrupter is niet de juiste categorie voor deze case.



Juryrapport

Digitale Transformatie

Winnaar goud

Hans Boodt AR - Snakeware

Na de stap van handmatig modellen maken naar 3D-printing, nu een extra laag van AR toevoegen getuigt van inzicht in lef. Met onder andere kortere lead cycles als resultaat. Het bedrijf transformeert daarmee ook de industrie, mede door de grote klanten dat Hans Boodt heeft. Hierdoor lijken ze voorbereid op een nog digitalere toekomst.

Winnaar zilver

Prosperity, de eerste digitale vermogensbeheerder - Fabrique, Deloitte Digital

Erg goede case, goed uitgewerkt concept. En knap om in korte tijd een nieuwe bank neer te zetten. Helpt mee aan de transformatie van het bredere bankenlandschap in plaats van alleen het eigen bedrijf.

lamborghini Academy - twinkl | augmented reality, Innovam

Meer gebruikers dan installs onderschrijft het succes van de inzet van nieuwe technologie. Duidelijke winst: tijdsbesparing en mensen zijn anders gaan samenwerken. Ook het voortdurend leren is een belangrijke verandering. Plus meer betrokkenheid en passie bij werknemers.

VIIA - Groningen aardbevingsbestendig - Freshheads

Mooie case die laat zien hoe een keten stapsgewijs kan veranderen. Zeker transformatief en kan de branche verder helpen. Wel in een sector die nodig aan een inhaalslag toe is.

Wedden op Real-Time Relevancy - Blue Mango Interactive

Heel slimme digitale marketingcampagne. Herallocatie van het budget is een gunstige ontwikkeling. En het is indrukwekkend hoe data gecombineerd is met een bestaande tool voor een bijzonder goed resultaat.

Juryrapport

Nieuwe Interfaces

Winnaar goud

IKEA Place - twnkls | augmented reality, SPACE10

De jury bestempelt dit unaniem als een geweldige case. De timing ervan is perfect en het is zeer inspirerend om te zien dat een Nederlands bedrijf erin slaagt om in een internationale setting en in zo'n kort tijdsbestek van acht weken deze kwaliteit te leveren. Het toont hiermee de kracht van bureaus uit ons land. De dingen die je doet, doe je goed. En gezamenlijk maak je ook de keuze om sommige zaken nog weg te laten. Twnkls en IKEA hebben hiermee een nieuwe interface knap naar het grote publiek kunnen brengen. De jury kan er bijna niet omheen dit werk te erkennen. Twnkls jarenlange investeren betaalt zich uit. Dit is een benchmark AR interface, een inspiratie voor de hele markt.

Winnaar zilver

Mobile Voice Innovation - IBM iX, MediaMonks

Met deze 'voice' case laten beide bedrijven zien dat ze snappen dat diensten voortaan naar de gebruikers komen en niet andersom. De spraakherkenning werkt prettig en precies zoals beloofd, resulterend in indrukwekkende cijfers. Dat Jumbo met het boodschappenlijstje inspeelt op het ouderwetse geheugensteuntje en hier al een claim op legt voordat Google Assistant of een alternatief dit kan doen, is volgens de jury erg slim. Deze case van IBM iX en Jumbo laat duidelijk zien dat er op een menselijke manier naar een uitdaging is gekeken.

Hans Boodt AR - Snakeware

Snakeware en Hans Boodt Mannequins hebben een inspirerend verhaal opgeleverd. Ze zijn aan de slag gegaan met twee nieuwe technieken en hebben die knap ingezet voor de innovatie van een traditionele wereld. De case past echter beter in de categorie 'Digitale transformatie'.

Transavia Voice Assistant - Mirabeau

Een goed experiment, maar nog wat prematuur. Wat met name erg knap is, is dat de bedrijven begrijpen dat deze nieuwe, stemgestuurde, interface om een heel nieuw vocabulaire vraagt van een merk. Het is mooi om te zien dat Mirabeau en Transavia daar aan de hand van zoekpatronen een eigen invulling aan geven. De jury heeft hier hoge verwachtingen van en kijkt uit naar de uitrol.

Zelflerende chatbot voor Paaspop - E-sites

Een chatbot kan ook zeer praktisch worden ingezet, zo laat deze case zien. Het idee van E-sites en Paaspop om de 'Paasbot' te gebruiken voor de spreiding van een mensenmassa, is erg slim gevonden. Een principe dat toepasbaar lijkt op veel verschillende fysieke plekken.



Juryrapport

Company of the Year

Winnaar goud

Ikea

Ikea heeft echt een partnership met een bureau en zorgt bovendien voor synergie tussen de verschillende bureaus. Innovatie wordt ingezet om mensen te bereiken en men is niet uitsluitend gefocust op een volledig e-commerce platform. Ikea toont lef door bureaus de vrijheid te geven en uit te dagen om een experience neer te zetten. Ikea zet hiermee de toon.

Winnaar zilver

Albert Heijn

Albert Heijn is de uitvinder van moderne contentmarketing. Zij zetten echt de toon en laten al jarenlang een enorme veerkracht zien. Albert Heijn zorgt voor synergie tussen de verschillende bureaus. Het bedrijf is innovatief, heeft lef en past dit stelselmatig toe.

ABN AMRO

Met ABN AMRO hebben bureaus een fijn partnership. De bank gaat met zorg om met de bureaus. ABN AMRO beheerst tot in finesse het preferred supplierschap. Innovatie en creatie staan voorop. Deze corporate daagt bureaus echt uit.

Zilveren Kruis

Het Zilveren Kruis heeft goede samenwerking met bureaus en draagt bij aan de synergie tussen bureaus. Zij implementeert 'outside in' en vindt ook echt dat ze de visie van buiten nodig hebben om iets in beweging te krijgen. Het Zilveren Kruis is heel innovatief binnen de context van hun business.

KRO-NCRV

KRO-NCRV heeft een goed partnership met bureaus en passen journalistiek op innovatieve wijze toe. Het mediabedrijf snapt dat ze een andere rol en vorm moeten vinden in een zeer verzuildde markt. Op dat terrein wordt ook echt lef getoond.



Juryrapport

Best in Design

Winnaar

Ronnie Besseling - Nok Nok Studio

Eenvoud vergt lef, de case 'Ontdek de kleuren van Artis' bewijst dat. Topwerk.

Lisanne Groenendaal - Peaks

Zo jong nog en dan een dergelijk indrukwekkend project neerzetten, mooi werk!

Thomas Moes - Homerun

Homerun staat op de kaart, en hoe. Knap werk.



Juryrapport

Best in Tech

Winnaar

Ronan McCormack - Dept

Het Mondriaan project, daarmee laat Ronan zijn skills echt wel zien, topwerk en niet voor niets zo bekroond. Maar ook de begeleiding voor talent in React gaf de nodige punten.

Jeroen van den Berg - Burst

Een echte ambassadeur voor het vak.

Robin van der Rijst - Fabrique

Het vergt echte skills om een een tour als de Van Gogh museumtour zo te laten lopen, klasse!



Juryrapport

Best Talent

Winnaar

Tim van der Wiel - GoSpooky

De jury werd er bijna verlegen van en nemen dus de quote van een inzender over:
De Max Verstappen van het vak, lijkt ons niets teveel gezegd.

Mark Toonen - Dept

Twee jaar bezig, en niet voor niets bekroond. Nu weer, de jury heeft zo maar het gevoel dat zij Mark hier nog vaak gaan zien.

Ruben Heijbroek - Reversed

Swipen naar een auto, je zult het maar op je naam hebben staan, mooi werk.