

AdProfit 2007 -kilpailun voittajat ovat HK Potku ja Kokoomus

Tuloksellista mainontaa palkitsevan AdProfit 2007 -kilpailun palkinnot jaettiin Helsingissä 10. tammikuuta 2008. Kilpailuun osallistui yhteensä 34 työtä, joista 16 uutuustuotesarjaan ja 18 markkinoilla jo olevien tuotteiden, palvelujen, merkkien ja yritysten sarjaan. Uutuustuotteista voittajaksi selviytyi HK Ruokatalo Oy:n HK Potku ”Sopivasti tulinen pikaruoka” -kampanja. Markkinoilla olevien sarjassa voiton vei Kokoomuksen Eduskuntavaalikampanja 2007. Molemmat voittajat saivat 16 800 euron suuruiset palkinnot jaettavaksi tiimin kesken. Ylituomariston kunniamaininnan sai Nanson Toimistopaita-kampanja.

Tuomarit peräsivät panostusta dokumentointiin

Ylituomariston mukaan uutuustuotesarja jäi tasoltaan olennaisesti nykyisten tuotteiden sarjaa heikommaksi. Kolmen kärki erottui jälkimmäisessä muita selvemmin. Ylituomaristo halusi jälleen kiinnittää dokumentointiin enemmän huomiota. Tänäkin vuonna se ratkaisi kilpailun ainakin osittain. Menestyvimmit toimistot tekevät perinteisesti dokumentoinnin suhteen hyvää työtä, jossa epäilemättä näkyy perusteellinen pohjatyö. Hyvä kampanja vaatii aina selkeää ajattelua!

UUTUUSTUOTESARJAN VOITTAJA:

HK Potku ”Sopivasti tulinen pikaruoka”

Mallikkaasti toteutettu kampanja haastavassa tuotekategoriassa, jota ohjaavat pitkälle perinteiset kuluttajatottumukset ja jossa ei ole pitkään aikaan tapahtunut mitään merkittävää uutta. Erinomainen idea ja hyvin valittu nimi. Ennakkoluuloton ja systemaattisesti toteutettu. Tarjoaa lisäulottuvuutta HK:n emobrändille. Budjetti on ollut suhteellisen iso, mutta mediaratkaisukin on ollut kattava, ja kampanjan kaikki elementit ovat olleet kohdallaan. Kaiken kaikkiaan onnistunut kampanja, jonka jatkoa ylituomaristo jää mielenkiinnolla odottamaan: onnistuuko se rakentamaan kokeilujen jälkeen myös lojaalisuutta tuotteelle?

HK Potku -kampanjan suunnitteli mainostoimisto TBWA\PHS. Työryhmän kokoonpano: HK Ruokatalo Oy; kaupallinen johtaja **Antti Lauslahti**, markkinointipäällikkö **Kim Lindholm** ja markkinointiassistentti **Sirpa Hänninen**. TBWA\PHS; AD:t **Jaakko Veijola**, **Jesper Bange**, **Juhamatti Murtomäki**, **Marko Salonen**, copywriterit **Markku Rönkkö** ja **Tarja Hietanen**, strategiajohtajat **Jaana Haapala** ja **Tommi Laiho**, projektijohto **Jere Teutari**, **Karolina Mattsson**, **Topi Lintukangas**, **Anna Kuisma**, **Sara Hirvonen** ja **Sanni Väinölä**, graafiset viimeistelijät **Jesper Bange**, **Niko Kempas**, **Teemu Kurko**, **Paula Orre** ja **Jari Muhonen**.

MARKKINOILLA OLEVIENTUOTTEIDEN SARJAN VOITTAJA:

Kokoomus: Eduskuntavaalikampanja 2007

Kvanttihyppy poliittisessa mainonnassa. Loistava kokonaisuus, jossa on löydetty tapa riisua muut aseista. Kaikki välineet ovat olleet hyvin käytössä. Menestys on erinomaisen hyvä, kun katsotaan äänestyksen tulosta. Ylituomaristo mietti toisaalta, paljonko tulokset selittyivät yleisellä trendillä. Mainonnan toimivuuden vaikutus tuloksiin jäi siten tavallaan kysymysmerkiksi, ja materiaali oli jossain määrin ”sillisalaattia” – ehkä tarkoituksellisesti rohkea veto. Toisaalta, kampanjalle oli asetettu muitakin tavoitteita, joita ei kuitenkaan ollut mitattu, miksi? – Joka tapauksessa hienoa, että tällaista tehdään!

Kokoomuksen kampanjan suunnitteli Bob Helsinki. Työryhmän kokoonpano: Kokoomus; puoluesihteerit **Taru Tujunen**, järjestöpäällikkö **Mikko Kortelainen**, toiminnanjohtaja **Tatu Rauhamäki**, tiedotussihteerit **Jussi Kekkonen**, viestintäpäällikkö **Juha Kirstilä**, pääsihteerit **Ilkka Oksala**, talouspoliittinen sihteerit **Sirkku Linna**, poliittinen sihteerit **Sari Hintikka-Varis**, pääsihteerit **Janne Pesonen**, hallintopäällikkö **Jarmo Pekkala** ja kv-päällikkö **Jori Arvonen** sekä **Kirsi Piha**, viestinnän konsultointi. Mainostoimisto Bob Helsinki; AD **Jon Granström**, copywriterit **Petri Pesonen** ja **Turo Mattila**, graafinen suunnittelija **Taru Staudinger**, strategiajohtaja **Esa-Pekka Nykänen**, projektipäällikkö **Sirkku Tuhkanen**, projektiassistentti **Anna Latola** sekä muu suunnitteluun vaikuttanut henkilö **Marko Parkkinen**.

YLITUOMARISTON KUNNIAMAININTA:

Nanso Group Oy: Toimistopaita-kampanja

Voittajien lisäksi ylituomariston puheenjohtaja valitsi saajan erikoispalkinnolle, joka on suuruudeltaan 2000 euroa. Nanson Toimistopaita sai palkinnon innovatiivisesta ja monipuolisesta mediavalintaratkaisusta, loistavista tuloksista sekä kannustuksena rakentaa edelleen Toimistopaitaa, joka kuitenkin vielä ei ole ilmiö!

Toimistopaita-kampanjan suunnitteli mainostoimisto DDB Helsinki. Työryhmän kokoonpano:

Nanso Group; brändijohtaja **Sini Lehikoinen**. DDB Helsinki; projektijohtaja **Anne Aikala**, copywriter **Netta Stenius**, AD **Päivi Helander**, projektipäällikkö **Outi Huhtela**, tuotanto-AD:t **Christina Lundell** ja **Pinja Meretoja** sekä planner **Tomi Hakanpää**.

Moniportainen arviointiprosessi

AdProfit-kilpailutöiden esikarsinnasta ja shortlistan valinnasta vastasi kolme esituomaristoa, jotka koostuivat markkinoijista, mainonnan suunnittelijoista sekä mediasuunnittelun, tutkimuksen, opetuksen ja medioiden edustajista. Esituomarit arvioivat kilpailutyöt ottaen huomioon niiden strategian, toimenpiteet, budjetin ja tulokset suhteessa asetettuihin tavoitteisiin. Tämän jälkeen TNS Gallup Oy tutki shortlistakampanjat kohderyhmää mahdollisimman hyvin vastaavalla otoksella.

Kilpailun lopullisen ratkaisun teki ylituomaristo, jonka jäsenet olivat brändijohtaja **Hanna Hiekkamies**/Valio Oy, toimitusjohtaja **Tina Terho**/ Happi Mindshare Oy, projektijohtaja **Nando Malmelin**/Tulevaisuuden tutkimuskeskus strategiaohtaja **Tommi Laiho**/ PHS Helsinki, toimitusjohtaja **Markus Natri**/ Konsepti Advertising, toimitusjohtaja **Andrew Cannon**/TNS Radar ja myyntijohtaja **Tomi Takanen**/Yhtyneet Kuvalehdet.

Ylituomariston puheenjohtajana toimi Markkinointiviestinnän Toimistojen Liiton MTL hallituksen puheenjohtaja, **Jari-Pekka Rautamaa**. Puheenjohtajina AdProfit -kilpailussa toimivat vuorovuosina kilpailun järjestävien tahojen edustajat.

Voittajakampanjat esitellään AdProfit-kirjassa

AdProfit-kilpailuissa menestyneimmät kampanja-caset julkaistaan noin kahden vuoden välein ilmestyvässä case-kirjassa. Seuraava AdProfit-kirja ilmestyy maaliskuussa 2008.

AdProfit 2008

Seuraavaan, AdProfit 2008 -kilpailuun voivat osallistua 15.7.2007 – 15.7.2008 välisenä aikana toteutetut työt.

AdProfit – tuloksellista mainontaa -kilpailun järjestäjät:

Aikakauslehtien Liitto, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto, Sanomalehtien Liitto, Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto, Suomen Radioiden Liitto ja Suomen Televisioiden Liitto.

Lisätietoja:

Ylituomariston puheenjohtaja, Jari-Pekka Rautamaa, p. 050 355 3000

Toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, Mainostajien Liitto (kilpailutoimisto) p. (09) 6860 8417, 040 508 0607

www.adprofit.fi

Kuvia voittajakampanjoista:

HK Potku: http://webfiles.phs.fi/video/Potku_kuvia_lehdistolle.zip

Kokoomus: <http://rahti.bobhelsinki.fi/> Tunnukset: pressi_01 ja pressi_k

Voittajien kampanjaselosteet ja yhteyshenkilöt:

<http://www.mainostajat.fi/mliitto/sivut/kampselostepotku.html>

<http://www.mainostajat.fi/mliitto/sivut/kampselostekokoomus.html>