



Pressmeddelande 3 oktober, 2003

Accenture väljer Tiger Woods för lansering av sin strategi "High Performance Business"

Kampanjen "Go on. Be a Tiger." är Tiger Woods första engagemang inom business to business

Accenture har ingått ett avtal med Tiger Woods där han representerar Accenture som en symbol för den nya strategin "High Performance Business".

Avtalet som sträcker sig över flera år, är Tiger Woods första engagemang inom business to business. Det innebär att Accenture blir exklusiv partner inom management konsulting och IT-tjänster till Tiger Woods och the Tiger Woods Foundation. Dessutom kommer Accenture att agera rådgivare till the Tiger Woods Learning Center när det gäller teknologistöd till bland annat TWLC eLearning.

Accentures nya strategi High Performance Business lanseras med en global integrerad marknadsföringskampanj. Den inkluderar en reklamkampanj som startar idag där Tiger Woods medverkar under temat "Go on. Be a Tiger."

Majoriteten av annonserna visar Tiger Woods i situationer under golfmatcher. Situationerna kräver optimalt genomförande i en miljö med hård konkurrens och med fokus på att vinna. Kampanjen förklarar hur Accenture utnyttjar sin kompetens inom affärskritiska områden, sin branschkunskap, sina tekniska och globala resurser för att hjälpa kunderna att uppnå bästa ekonomiska prestanda.

– Tiger Woods styrka, skicklighet, disciplin och obevekliga fokus på att vinna är kvaliteter som över hela världen speglar karaktären av ett högpresterande företag. Det gör honom idealisk för att representera vår nya positionering, säger Joe Forehand, styrelseordförande och CEO på Accenture. Ett högpresterande företag optimerar sina resurser för att nå sina mål och presterar konstant bättre än sina konkurrenter. Tiger är bäst inom sitt område och vi vill att våra kunder ska bli bäst inom sina.

– Accenture förstår att förmågan att anpassa sig till ändrade förutsättningar och vara innovativ är avgörande för att långsiktigt prestera väl, både i affärslivet och på golfbanan, säger Tiger Woods. Accenture-kampanjens fokus på prestationsförmåga och att leverera resultat stämmer väl överens med mina personliga värderingar och det gjorde det till ett lätt beslut att samarbeta med Accenture i mitt första engagemang på företagsmarknaden.

Kampanjen kommer att bestå av bland annat annonser och TV-reklam i 27 länder samt reklam på flygplatser. Kampanjen startar idag med TV-reklam i samband med World Golf Championships 2 - 5 oktober.

En ny signatur, "High Performance Delivered" ersätter den gamla "Innovation Delivered" som var en del av företagets kampanj "I am your idea" vilken introducerades i februari 2002.

– Varumärket Accenture är mindre än tre år gammalt och rankas redan som ett av världens 100 mest värdefulla varumärken, säger James E. Murphy, global managing director Marketing and Communications på Accenture. Det är logiskt att ett varumärke av Accentures klass ska associeras med en av de mest framträdande personligheterna inom sport och populärkultur. Tiger Woods är en symbol för att leverera hög prestanda och han är respekterad och beundrad av de företagsledare till vilka vi riktar den här kampanjen.

För mer information kontakta:

Hans Kullin, PR-ansvarig Accenture, tel 08-451 37 03, hans.kullin@accenture.com

Om Accenture

Accenture är ett globalt företag inom managementkonsulting, IT-tjänster och outsourcing. Genom att leverera innovativa lösningar hjälper Accenture sina kunder att bli högpresterande företag och myndigheter. Med djup branschkunskap, breda globala resurser och dokumenterad erfarenhet kan Accenture snabbt mobilisera rätt människor, kompetenser och teknologier för att hjälpa kunder förbättra sin prestationsförmåga. Med fler än 80 000 medarbetare i 47 länder genererade Accenture en omsättning på 11,6 miljarder dollar under räkenskapsåret som slutade den 31 augusti 2002. Besök gärna vår hemsida på www.accenture.com/sweden