

VR Osakeyhtiö ja Seppälä Oy kovatasoisen ja tasaväkisen AdProfit 2004 -kilpailun voittajat

A-sarjassa (uutuustuotteet, palvelut, merkit ja yritykset) VR Osakeyhtiön *"Itse tulostettava junalippu"* ja B-sarjassa (markkinoilla jo olevat tuotteet, palvelut, merkit ja yritykset) Seppälä Oy:n *"Seppälä – myynti ja brändi nousuun mainontaa vähentämällä"* -kampanjat selviytyivät tiukan kisan voittajiksi. Voittaneiden kampanjoiden tiimit saavat kumpikin 16 820 euron suuruiset palkinnot keskenään jaettavaksi.

Ylituomariston puheenjohtajan Petri Mannisen myöntämän 2000 euron arvoisen erikoispalkinnon sai Viestintäviraston kampanja *"Seuraava maksaa"*.

A-sarjassa voittajan tittelistä kamppaili hyvin tasaväkisesti Sinebrychoffin Golden Cap Move ja B-sarjassa Huonekaluliike Vepsäläisen kampanja *"Vepsäläinen – elämäkumppaneita tositarkoituksella"*.

Tuloksellista mainontaa palkitsevan AdProfit 2004 -kilpailun palkinnot jaettiin Wanhassa Satamassa, Helsingissä 13. tammikuuta 2005.

Mainonnasta markkinointiin

Kilpailun tasoa ylituomaristo piti korkeana todeten, että mainonnan suunnittelusta oli monessa tapauksessa päästy markkinoinnin suunnitteluun, mikä tuottaa myös hyviä tuloksia. Toisaalta ylituomaristo jäi edelleen kaipaamaan yksittäisten kampanjoiden selkeämpää kytkemistä kokonaisliiketoimintaan, sillä kampanjan ja liiketoiminnallisten tulosten suhde ei aina ollut kovin yksiselitteinen. Tuomaristo toivoi myös, että lähtökohtien ja tulosten raportoinneissa otettaisiin huomioon kampanjan ja tuoteryhmän sijoittuminen laajempaan yhteiskunnalliseen kontekstiin. Esimerkiksi alkoholiveron muutokset, itsepalvelukulttuurin kehittyminen tai käynnissä oleva aika- ja perhekasityksen muutos heijastuvat merkittäväällä tavalla kilpailutilanteeseen, mutta niitä ei monissa tapauksissa ollut lainkaan noteerattu.

Kampanjoiden raportoinnissa ylituomaristo kiinnitti huomiota edelleen siihen, että joissakin tuloksia kuvattiin vain hyvin lyhyeltä aikaväliltä siitäkin huolimatta, että kampanja-aika oli pitempi ja että kilpailutöiden jättöaika olisi mahdollistanut huomattavasi pitempiaikaisen seurannan.

A-SARJAN VOITTAJA

VR Osakeyhtiö: Itse tulostettava junalippu

A-sarjan voittajaa ylituomaristo luonnehti ammattitaitoisesti suunnitelluksi ja toteutetuksi kokonaisuudeksi, jossa tavoitteet on selvästi ylitetty. Taktisen toimenpiteen upottamista laajempaan yrityskuvanäkökuulmaan ylituomaristo piti erittäin hyvänä samoin kuin henkilökunnan ottamista mukaan kokonaisuuteen. Perusteellisesti toteutetut tutkimukset ja raportointi toivat lisäplussaa. Raati katsoi, että jos kampanjaselostuksessa ja -perusteluissa olisi painotettu enemmän yrityskuvatavoitteita, se olisi yhtä hyvin voinut kilpailla B-sarjassa, mikä katsottiin merkittäväksi lisäansioksi.

VR:n kampanjan oli suunnitellut Dynamo Advertising. Työryhmän kokoonpano: markkinointiviestintäpäällikkö **Kaj Nordström**, markkinointipäällikkö **Inari Rummukainen**, henkilöliikennejohtaja **Antti Jaatinen** ja kampanjasuunnittelija **Kaija Siitonen**, VR Osakeyhtiö sekä projektijohtaja **Olli Freese**, AD **Anne Kukkohovi**, copywriter **Vesa Kujala** ja tuotantosuunnittelija **Katja Windquist**, Dynamo Advertising.

B-SARJAN VOITTAJA:

Seppälä Oy: Seppälä – myynti ja brändi nousuun mainontaa vähentämällä

Kampanjan lähtökohta oli selkeästi myynnin kasvattaminen ostavien asiakkaiden määrää lisäämällä. Kokonaisuus oli selkeä ja lähti liiketoimintastrategiasta kytkien myymälän olennaisena osana ketjuun. Kampanjalle oli asetettu pitkän tähtäimen tavoitteet. Kokonaisuus oli toteutettu perusfunktiosta lähtien oikeassa järjestyksessä. Myymälän rooli siinä oli merkittävä. Luovassa toteutuksessa keskustelua herätti ylituomaristossa jonkin verran mainontaan liittyvissä tutkimuksissa esille tullut ärsyttävyyys. Tässä tapauksessa sen arveltiin vaikuttavan pikemminkin myönteisesti ajatellen mainonnan erottuvuutta ja viestin perillemeno.

Seppälä Oy:n kampanjan oli suunnitellut Bob Helsinki Oy. Työryhmän kokoonpano: markkinointijohtaja **Tiina Kuusisto**, toimitusjohtaja **Heikki Väänänen**, markkinointipäällikkö **Annu Pätiälä**, tuotejohtaja **Memme Ilmakunnas** ja tuotejohtaja **Anja Valtere**, Seppälä Oy sekä AD **Anu Igoni**, AD **Joni Kukkohovi**, copywriter **Kari Eilola**, copywriter **Mira Olsson**, copywriter **Timo Silvennoinen**, graafinen suunnittelija **Jaakko Veijola**, toimitusjohtaja **Marko Parkkinen** ja tuotantopäällikkö **Minna Läntinen** Bob Helsinki Oy.

YLITUOMARISTON PUHEENJOHTAJAN VALITSEMA ERIKOISPALKINTO:

Viestintävirasto: Seuraava maksaa

Ylituomariston puheenjohtaja, Suomen Radioiden Liiton edustaja **Petri Manninen** perusteli erikoispalkintoa seuraavasti:

"Kampanjalle asetettu tavoite oli korkea ottaen huomioon TV-maksun maksamatta jättävien motiivien laatu. Vahvoihin asenteisiin perustuva maksamattomuus asetti myös lisävaatimuksen kampanjan luovalle ratkaisulle. Kampanja oli esimerkillisesti rakennettu monimedialliseksi niin, että se oli kiinni tavoiteltavan kohdehenkilön arjessa ja päivittäisissä elämäntilanteissa. Valitut mediat veivät viestiä yhdenmukaisesti ja saumattomasti. Luova toteutus on huomiota ja ajatuksia herättävä. Tulokset ylittivät kaikki asetetut tavoitteet. Hyvä konsepti ja vielä oman mediaryhmäni näkökulmasta: radiolla on ominaisuuksiensa arvoinen rooli kokonaisuudessa, 21 % mediabudjetista. Onnittelen."

Viestintäviraston Seuraava maksaa -kampanjan oli suunnitellut Dynamo Advertising. Työryhmän kokoonpano: johtaja **Esko Kotilainen** ja apulaisjohtaja **Anssi Laakso**, Viestintävirasto sekä **AD Henna Aapola** (11/03 asti) ja **Anne Kukkohovi** (11/03 lähtien), projektijohtaja **Olli Freese**, copywriter **Vesa Kujala**, tuotanto-AD **Pablo Steffa**, tuotantosuunnittelija **Eila Turunen** ja tuotantosuunnittelija **Jaana Roos**.

Moniportainen arviointiprosessi

Tämänvuotiseen AdProfit-kilpailuun osallistui yhteensä 36 työtä, joista 15 A-sarjaan (lanseeraukset) ja 21 B-sarjaan (markkinoilla jo olevat tuotteet, palvelut, merkit ja yritykset).

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.

Ylituomaristoon kuuluivat

Kehityspäällikkö **Elina Leino**/ Elisa Oy (Mainostajat), toimitusjohtaja **Juha Herranen** / Carat Finland Oy (mediatoimisto), KTL **Anu Valtonen**/ Helsingin Kauppakorkeakoulu (opetus), toimitusjohtaja **Marko Parkkinen**/ Bob Helsinki Oy (mainostoimisto), toimitusjohtaja **Juha Aalto**/ Taloustutkimus Oy (tutkimus), sekä asiakkuus- ja markkinointijohtaja **Jaana Rosendahl** / A-lehdet Oy (mediat).

Ylituomariston puheenjohtajina toimivat vuorovuosina AdProfit-kilpailun järjestävien tahojen edustajat. Vuonna 2004 puheenjohtajana oli Suomen Radioiden Liiton edustaja, Radio Novan toimitusjohtaja **Petri Manninen**.

Tuore AdProfit-kirja on ilmestynyt

AdProfit-kilpailuissa menestyneimmät kampanja-caset julkaistaan kahden vuoden välein ilmestyvässä korkeatasoisessa case-kirjassa. Tuorein, vuosien 2002-2003 shortlistalle valitut ja palkitut caset esittelevä AdProfit-kirja on juuri ilmestynyt.

AdProfit 2005

Seuraavaan AdProfit 2005 -kilpailuun voivat osallistua 15.7.2004 – 15.7.2005 välisenä aikana toteutetut työt. Koska kampanjat usein kestävät pitempäänkin, edellytyksenä on, että markkinointitoimenpiteet ovat näkyneet kilpailuaikana siten, että tuloksia pystytään arvioimaan.

AdProfit – toimivampaa mainontaa -kilpailun järjestäjät:

Aikakauslehtien Liitto, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, Sanomalehtien Liitto, Suomen Kaupallisten Televisioiden Liitto, Suomen Radioiden Liitto, Suomen Suoramarkkinointiliitto, Suomen Ulkomainosliitto

LISÄTIETOJA:

Ylituomariston puheenjohtaja, toimitusjohtaja Petri Manninen, puh. (09) 8848 8733 tai 0400 606 125, petri.manninen@radionova.fi
Mainostajien Liiton toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, puh. (09) 6860 8417 tai 040 508 0607, ritva.hanski-pitkakoski@mainostajat.fi

Kuvia voittajakampanjoista:

VR Osakeyhtiö: www.dynamo.fi/adprofit2005

Seppälä Oy: kuvamateriaalia tilattavissa osoitteesta maria.saari@stockmann.fi