

Drie nieuwe winnaars voor retailprijzen NRW

07-04-2019 10:35

Tijdens het NRW Marketingcongres in B.Amsterdam zijn de NRW Marketing Awards 2019 uitgereikt door de nieuwe juryvoorzitter Tony Wijntuin.

In de categorie CAMPAGNES GERICHT OP BRAND AWARENESS & REPOSITIONING heeft gewonnen:

#BEYOURSELF

Ingediend door Urban Solutions en Altera Vastgoed

Amersfoort, Sint Jorisplein

#BEYOURSELF is in de ogen van de jury een voorbeeld voor de nieuwe generatie brand awareness & repositioning. Tony Wijntuin: "De indieners hebben het aangedurfd om de gebaande paden te verlaten door zich volledig te richten op een sociaal-maatschappelijk issue en uitdaging waar de lastig te targeten screenagers en millennials in het dagelijks leven mee te maken hebben. Dat vraagt veel lef, zowel van de indieners, de betrokken ondernemers als de eigenaar van het centrum". Er is volop geëxperimenteerd met influencers als 'coaches', chatsessies, live video's en inspirationale storytelling. Uit alle aandacht op social media blijkt dat het Sint Jorisplein onmiskenbaar de switch heeft gemaakt van een anoniem stuk centrumgebied naar een destination waar de gekozen doelgroep zich gehoord en gezien voelt. "En daarmee een terechte winnaar", zegt Brigit Gerritse -directeur NRW. "Hier staat de Award immers voor. Deze aanpak laat zien hoe je met goede marketing een succesvolle betekenis kan geven aan winkelgebieden. Heel inspirerend."

In de categorie ACTIES & EVENTS MET DE FOCUS OP BRAND ACTIVATION heeft gewonnen:

Kids Heroes on Tour

Ingediend door Wereldhave en Day&Nite

Heerhugowaard, Middenwaard | Purmerend, Eggert | Arnhem, Presikhaaf | Roosendaal, Roselaar | Hoofddorp, Vier Meren | Etten-Leur, Etten-Leur

Een sterke crossmediacampagne en -strategie – voor en na het event – hebben bijgedragen aan het succes. Naast een sterke stijging van de footfall (+43%), is het ook gelukt de verblijfsduur van de bezoekers sterk te verlengen. Tony Wijntuin: "De zorgvuldige voorbereiding en uitvoering, waarbij de vooraf geformuleerde doelstelling van plan tot en met uitvoering continu is bewaakt, zijn lovenswaardig. Zo hoort een professioneel event te worden uitgevoerd".

Naast de juryprijzen is ook de NRW Publieksprijs uitgereikt. Deze is gewonnen door:

Buurt BBQ Terwijde Utrecht

Ingediend door a.s.r. dutch prime retail custodian, FanWork Events en Bereikmeer

Utrecht, Winkelcentrum Terwijde

Dit evenement is voor bijna 1.000 omwonenden een ontmoetingsplek geweest voor de wijk. Hiermee is niet alleen het winkelcentrum op de kaart gezet maar is ook de verbintenis met de wijk heel effectief verstrekt. Aan deze Buurt BBQ hebben bijna alle ondernemers heel actief meegewerkt waardoor het een zeer geslaagd feest is geworden voor de buurt en het winkelcentrum.

De NRW Marketing Award wordt sinds 2010 uitgereikt en is een jaarlijkse bekroning voor de meest innovatieve, inspirerende en effectieve marketinginspanningen voor een winkelgebied. De winnaars in de categorie Campagnes en Events ontvangen een bijzondere bokaal en een oorkonde. De winnaar van de publieksprijs ontvangt een cheque voor deelname aan de NRW Quicktrip.

VASTGOED JOURNAAL

De jury voor NRW Marketingawards 2019 bestond uit: Tony Wijntuin (voorzitter), Wyne Strategie, Lot Frijling - Yellow Concepts, Wendy Hulshof - PFM Footfall Intelligence, Tom Kikkert, Robèrt Dackus – 3W real estate, Michel Jonkheer – LookFeel consultancy en Bram Hulsbosch – MK Illuminations.

Rogier Hentenaar