



## Consistent Accent 2020

Dit jaar hebben drie prachtige, herkenbare maar vooral consistente campagnes gestreden om het SAN Consistent Accent 2020. De jury had de bijna onmogelijke opgave om een keuze te maken uit drie eigenzinnige retailers: **Bever, Jumbo Supermarkten of Zeeman**

### Zeeman

Zeeman staat al sinds 1967 voor de laagste prijs. Het bedrijf is daar helemaal op afgestemd. Van inkoop tot en met vervoer en van winkelinrichting tot en met de bedrijfskleding. Zeeman is een lage kosten organisatie. Of, zoals ze zelf zeggen: “we zijn zuinig”. “Zuinig met de middelen die we nodig hebben. En zuinig op de mensen die voor ons werken, het milieu en onze maatschappij. Want als je overal zuinig op bent, gaan goed én goedkoop prima samen.” In haar communicatie vertaald deze sterke visie zich in de merkessentie “Opmerkelijk eenvoudig” En dat die merkessentie dagelijks wordt ingezet als sturend mechanisme zie je zeker terug in de wijze waarop Zeeman haar ontwikkeling vormgeeft. Van heldere oorsprong verhalen tot merkactivaties waar heel Nederland voor warm loopt. Met een fantastische groei in resultaten als gevolg.

### Conclusie van de Jury

Met de inmiddels 6 jaar lopende campagne “Zo eenvoudig kan het zijn” toont Zeeman jaloersmakende lef en eigenzinnigheid. Zeker niet met de grootste budgetten blijft Zeeman verbazen, spreekt succesvol nieuwe doelgroepen aan en scoort op merkvoorkeur en omzetgroei. De merkactivaties zijn ongeëvenaard en spraakmakend. Middelenkeuze slim en efficiënt, of indachtig hun eigen visie “Zuinig”. En dat jaar in, jaar uit.

**Zeeman is de meer dan terechte winnaar van het Consistent Accent 2020!**