

Consistent Accent

Dit jaar hebben drie prachtige, herkenbare maar vooral consistente campagnes gestreden om de 'SAN Consistent Accent 2021'. De jury had de opgave om een keuze te maken uit drie superconsistente maar ook heel verschillende adverteerders: **Calvé**, **ŠKODA** of **TOTO**. Alle drie merken die in ons collectief geheugen zitten door hun herkenbare, insight gedreven en onvervreembare campagnes.

ŠKODA

'Nederlanders kiezen hun auto op basis van wat ze er in het weekend mee doen. Ook de zakelijke rijder.' Die vondst veranderde de toekomst van ŠKODA in Nederland. Want wat gezien werd als een wat afstandelijk value for money merk wordt vandaag de dag gezien als een empathisch en sympathiek merk. Waarbij het niet gaat over de PK's of KW's maar over herkenbaar gebruiksgemak.

Zaterdag is de dag waarop de ruime, praktische ŠKODA modellen optimaal tot hun recht komen. Het is de dag waarop mensen hun auto op alle mogelijke manieren gebruiken. Of je nu gaat verhuizen, verbouwen, het team naar voetbal brengt of er gewoon lekker een dagje op uit trekt.

Conclusie van de Jury

Met de inmiddels 6 jaar lopende campagne "Zaterdag" toont ŠKODA in haar categorie lef en eigenzinnigheid. Vanuit een waanzinnig sterke insight bouwen ze aan merkbekendheid en merkvoorkeur. En dat is gelukt; de toegenomen sympathie voor het merk vertaalt zich in een groeiend marktaandeel. Een concept dat in 2021 bovendien verrijkt is met de zaterdag families. En daarmee is ŠKODA misschien wel het meest Nederlandse automerk geworden.

Van sponsoring tot dealeractiviteiten en van activatie tot proefritten; het grote idee vertaalt zich steeds weer op een nieuwe maar vooral relevante wijze door de tijd en heeft naar de mening van de jury nog heel veel potentie.

ŠKODA is de meer dan terechte winnaar van de:

Consistent Accent 2021