

Saatchi & Saatchi Stockholm vinnare i Spinn 2013 för årets word-of-mouth-kampanj

Årets Word-of-mouth-kampanj

Guld: Saatchi & Saatchi Stockholm med "The Live Quiz Release" för Föreningen

Popaganda/Luger

Juryns motivering

Att lyckas bra i denna kategori betyder stor spridning till förhållandevis begränsad kostnad. Genom snilledraget att flytta presskonferensen till en digital verklighet (sic!) och få alla närvarande att skapa innehållet i realtid var succén ett faktum. Årets word-of-mouth-kampanj är "The Live Quiz Release" av Saatchi & Saatchi Stockholm.

Silver: Greenhill Relations med "Unionens digitala strejkvakter" för Unionen



Spinn arrangeras av branschföreningen PRECIS och är en tävling i effektiv svensk marknads-PR. Med marknads-PR avses marknadskommunikation i icke-köpta (publicitet, seminarier, internet, ambassadörer etc) och egna kanaler (webb, e-mail, nyhets- brev, föreläsningar etc) som har som syfte att driva försäljning. Målet med Spinn är att öka kännedom och kunskap om marknads-PR hos företagsledare, marknadschefer och andra beslutsfattare. Tävlingen är även ett sätt att samla branschens bästa prestationer och lyfta fram dem som utmaning och inspiration. Långsiktigt ska tävlingen bidra till att öka andelen icke-köpta kanaler i marknadsmixen.

För mer information besök spinn.nu eller kontakta Kaj Flick, info@precis.se, 070-6740165