



Triplé gagnant aux Effies pour Kunstmaan

Le 28 septembre 2017 lors de la remise des Effie Awards, Kunstmaan, qui fait à présent partie d'Accenture Interactive, a remporté avec Bolero (KBC Securities) un Effie Award d'argent pour ses campagnes dédiées à la plate-forme d'investissement en ligne Bolero. L'agence a également décroché un Effie Award de bronze pour sa campagne Corona Direct « grenouille », ainsi qu'un Effie Award de bronze pour la campagne Lapperre visant à rendre les appareils auditifs plus accessibles. Selon Kunstmaan, ces récompenses sont le résultat d'une synergie efficace entre créativité, communication, marque, technologie et expérience digitale.

Wim Vanhaeren (managing director et fondateur de Kunstmaan) : « Kunstmaan est très fier de cette reconnaissance méritée. Nous avons toujours misé sur la combinaison entre communication créative, design et technologie pour créer des expériences de marques supérieures. Aujourd'hui, ce message s'avère plus pertinent que jamais pour les entreprises qui veulent poursuivre leur croissance. Chez nous, l'expérience client dans toute la relation avec une marque, des produits et des services est à l'avant-plan et constitue le point de départ de tous les efforts. »

Bob De Smedt (managing director et stratège de marque) : « Ce succès concerne bien d'autres aspects que la création de campagnes. Nous sommes fiers de pouvoir effectivement aider nos clients à se renforcer sur leur marché et à transformer l'expérience qu'ils offrent à leur client. La seule façon d'y arriver est d'établir avec eux un partenariat à différents niveaux. Une vision très pointue de la marque constitue le point de départ fondamental. Les compétences stratégiques, créatives et technologiques dont nous disposons en interne nous permettent ensuite de transposer cette vision dans la réalité. Depuis que nous avons rejoint Accenture Interactive, nous disposons de beaucoup plus de possibilités et de capacités à ce niveau. »

La conscience commune de l'importance d'une expérience client de qualité et de son impact sur toute la gestion d'entreprise s'est concrétisée, en avril dernier, par la reprise de Kunstmaan par Accenture Interactive. Depuis 2009, Accenture Interactive (l'un des piliers d'Accenture, consultant international en management et en technologie) a déjà procédé à plus de 20 acquisitions stratégiques d'agences (dont l'agence internationale Fjord, l'agence londonienne Karmarama, et donc Kunstmaan cette année), qui partagent cette même conception: **créer les meilleures expériences de marques humaines.**

Par le biais d'une combinaison unique de créativité, design, technologie et consultance, Accenture Interactive répond de manière exhaustive et pertinente à la demande intégrée des entreprises.

Et les ambitions sont grandes, comme l'affirme **Anatoly Roytman**, Managing Director d'Accenture Interactive pour l'Europe, l'Afrique, le Moyen-Orient et l'Amérique latine: « Our ambition is to become the first 'experience agency of record' for our clients. We want to partner with them as the custodian of their brand experience. Today, brands have a need for an agency that can manage the entirety of their customer experience proposition at every touchpoint – from the inception of an idea to developing and designing a product, building awareness and then selling and distributing it. »

Les marques récompensées

Bolero – Effie Award d'argent

Pendant deux années consécutives, cette plate-forme a été élue par le public comme plate forme de placement

offrant la meilleure expérience utilisateur (Best online broker 2015 et 2016). En 2015 et 2016, Bolero et Kunstmaan ont poursuivi leur collaboration sur tous les plans de la stratégie, de la conception du service, de l'expérience utilisateur, du développement, de la communication et des campagnes, et ont dépassé les objectifs, année après année, ce qui a conduit à une multiplication par deux de la clientèle et par trois du total des actifs gérés. En l'espace de trois ans, Bolero a quitté son statut d'acteur oublié pour devenir la marque numéro 1 pour chaque KPI commercial.

Corona Direct – Effie Award de bronze

Kunstmaan a réalisé une transformation similaire avec l'assureur direct Corona Direct. Ensemble, ils ont fait de la marque un challenger de taille avec des paramètres de marque et des chiffres de vente record qui ont affiché et affichent encore une forte augmentation.

Depuis le lancement de la grenouille, la mission de Corona Direct est devenue encore plus claire, et il est encore plus facile de retenir la marque et de devenir client. L'expérience des clients sur le site et à tous les autres points de contact est évaluée et améliorée en permanence.

Lapperre – Effie Award de bronze

L'objectif de réaliser une augmentation de 10 % des ventes des appareils auditifs chez Lapperre, leader du marché, constituait un véritable défi. En lançant une campagne « oreille parlante » qui brise les barrières, dépersonnalise le problème auditif et le déplace de la « personne » vers l'« oreille », Kunstmaan visait à supprimer la stigmatisation du handicap, à permettre une meilleure communication autour du produit et à le rendre bien plus accessible. En association avec une amélioration de la perception du prix, toutes les variables de marque ont atteint des sommets.

À propos de Kunstmaan

Kunstmaan est une agence de communication, de design et de stratégie numérique établie à Louvain et à Anvers. Depuis 1998, l'agence fait de la communication intégrée sa marque de fabrique, alliant branding, innovation technologique, expérience utilisateur affûtée et communication efficace et créative. Kunstmaan est l'agence qui se cache derrière la plateforme d'investissement Bolero (KBC Securities), Bolero Crowdfunding, Corona Direct, Bancontact, Primus Haacht, la ville d'Anvers, Visitez Anvers, Flanders DC, Mensura, Grandeco, Toerisme Vlaanderen pour le marché néerlandais et plein d'autres.

Depuis avril 2017, Kunstmaan fait partie de l'agence Accenture Interactive. Accenture Interactive est un modèle mondial unique qui combine agence créative, conseil et expertise technologique pour créer les meilleures expériences client au monde.

Information

Roeland Gielen, CEO

+32 (0)16 300 780
roeland.gielen@kunstmaan.be

Kunstmaan nv

Philipssite 5 bus 10
B-3001 Leuven
Belgium