Autoweek wint één van de Mobile Media & marketing Awards

26-01-2011 11:58

De Mobile Media & Marketing Awards zijn geïnitieerd door Mobile Generation (www.mobgen.com) en Telegraaf Media Nederland met als doel het mobiele kanaal op de kaart te zetten. Ondanks de groeiende populariteit van het kanaal was er nog geen formeel Nederlands event die de 'best practice cases' presenteert en beoordeeld.

Een onafhankelijke vakjury - bestaande uit Joost Phoelich (IAB), Sander Kranenburg (PWC), Tijmen Bos (IAA) en Frank Eijken (Consultant en voorzitter vakjury MMMA 2011) - kozen de genomineerden en uiteindelijk de winnaars in de categorieën: beste mobiele website, beste mobiele applicatie, beste tablet applicatie, beste mobiele campagne en Mobile Marketeer of the Year.

Publieksprijs
Ook werd er een publieksprijs uitgereikt voor Beste Mobiele Applicatie. Consumenten konden via het mobiele netwerk van De Telegraaf en via De Telegraaf iPad app stemmen op een door de jury geselecteerde short list. Maar liefst 1.250 mensen brachten binnen 4 dagen hun stem uit. Buienradar kwam daarbij als winnaar naar voren en kreeg als waardering van het publiek het rapportcijfer 7,5.

De winnaars
Beste mobiele website KLM

Beste mobiele applicatie Albert Heijn
Beste tablet applicatie Autoweek
Beste mobiele campagne Audi
Mobile Marketeer of the Year Rabobank
De Telegraaf Publieksprijs Buienradar

Mobile Media Guide
Tijdens het evenement werd ook de Mobile Media Guide 2010 gepresenteerd en gratis uitgereikt aan alle aanwezigen. Deze gids is samengesteld door Mobile Generation en bevat een overzicht van alle grote mobiele titels (sites en apps) in Nederland incl. bereiks-indicaties en tarieven. De Mobile Media Guide 2010 is vanaf morgen 26 januari te bestellen via Mobile Generation of verkrijgbaar in de Apple App Store voor euro 199,99.

David Huijzer