

Tigo y Une llegaron con 11 nominaciones.

Por cinco años consecutivos, Tigo recibe premio.

Tigo recibe 1 oro, 4 plata y 2 bronce.

Innovación, diferenciación y efectividad, claves del éxito.

Bogotá, mayo 14 de 2015. Tigo fue ganador de 7 Premios Effie 2015 en las categorías de activaciones (oro) - servicios públicos y privados, promociones, productos y/o servicios online, social business (plata) - en servicios públicos y privados y en la éxito sostenido (bronce), siendo el quinto año en que Tigo recibe premios en este importante evento

En esta versión de premios a la efectividad, Tigo y Une estuvieron nominados 11 veces en las 32 categorías de los Premios: Une por su campaña de “Internet plus, la otra manera” y Tigo con: Desflechízate solo en Tigo, Navidad arma tu plan, Banco de Sonrisas, ¿Cómo hacer que pagaran por la música en streaming?, Go locos Go, Soy capaz de hacerte sonreír, la creación de un nuevo segmento para la categoría prepago, Segundos=Tigo y De patito feo a Cisne.

“Somos parte de la vida de los colombianos, los oímos y pensamos como ellos para ofrecerles productos que se adapten a sus necesidades, a lo que necesitan y a lo que los hace felices en comunicación y entretenimiento. Este premio es la confirmación de otro que nos llena de orgullo: La preferencia y confianza del consumidor Colombiano”, afirma Álvaro Sánchez, Vicepresidente de Mercadeo de TigoUne,

El año pasado fue la primera vez en la historia de los premios Effie en Colombia que una marca y su agencia repiten el más importante galardón; el primero fue el Gran Effie de 2009 con la campaña “La señal de Tigo funciona”, y el de 2014, con “Desflechízate en Tigo”, ambas con las agencias REP GREY WORLDWIDE y BEAT.

La campaña de Tigo del banco de sonrisas ganó oro y plata en las dos categorías en que fue nominada: productos y servicios online y social busines, respectivamente.

La creatividad basada en el entendimiento del consumidor es un vehículo poderoso para lograr los mejores resultados. Este reconocimiento demuestra que lo hemos hecho con excelencia., que cliente y agencias has puesto todo para superar las metas y convertirnos en un referente de la categoría, dice Jorge Serrano,

Gerente General de Rep Grey Worldwide.

Al respecto, el Presidente de BEAT, Juan Carlos Peña, dice que “hablar en un tono creíble, buscando espacios y momentos únicos, hace que una marca se acerque con pertinencia. Los momentos de verdad en una categoría tan competida son pocos y Tigo, en su estrategia, ha sabido aprovecharlos”.

Tigo fue ganador de:

- 1 Oro: Categoría activaciones,
- 4 Plata: Categoría servicios públicos y privados, categoría promociones, categoría productos y/o servicios online, categoría social business
- 2 Bronce: Categoría servicios públicos y privados, categoría éxito sostenido

“Esta es la muestra de que existe un trabajo en equipo consolidado que persigue un objetivo común, que es el de entregar opciones innovadoras pensadas en los usuarios, creando piezas que hacen la diferencia y generan un sentimiento y conexión con las audiencias”, concluye Álvaro Sánchez.