



www.madeinmechelen.be

Date : **27/04/2018**
Page : --
Periodicity : **Continuous**
Journalist : **De bruyn, Bart**

Circulation : --
Audience : **1000**
Size : --
Advertising value equivalency : --

<http://www.madeinmechelen.be/wp-content/uploads/2018/04/Best-of-Contents-Awards-Ascento.jpg>

Evi Van Acker levert Ascento 2 prijzen op

Bart De bruyn 27 april 2018

MECHELEN – Tijdens de uitreiking van de Best of Contents Awards haalde Ascento samen met contentbureau Head Office twee prijzen binnen met de case #Evidurft. Deze campagne draaide rond ex-topzeilster Evi Van Acker. Ze ging na een lange succesvolle carrière op zoek naar een nieuwe uitdaging in de bedrijfswereld en liet zich begeleiden door Ascento, onderdeel van de Mechelse HR-dienstverlener t-groep.

Ascento ging enerzijds aan de haal met zilver voor Best Use of Ambassadors en pakte ook de award voor Craftmanship voor beste blog/contentplatform. “Deze Awards zijn een leuke bekroning voor een inhoudelijk sterke campagne, én een intensieve en zeer nauwe samenwerking. Het proeft zeker naar meer”, aldus Leen Martens, Marketing Officer bij t-groep.



De drie maanden durende sensibiliseringscampagne genereerde op de website www.evidurft.be zo'n 10.000 bezoekers en leverde meer dan 400 ingevulde loopbaantesten op. De campagne was een echte co-creatie tussen Ascento, Head Office en Evi Van Acker. Ook Intracto, die instonden voor de website, en het Mechelse Fairetail, dat verantwoordelijk was voor de SEA en social media campagne, werden nauw betrokken.

Geert Volders, directeur Ascento: “Medewerkers maximaal inzetbaar en wendbaar te maken. Dit is én blijft een belangrijke uitdaging de komende jaren. Loopbaanbegeleiding kan hiertoe bijdragen. Deze awards geven ons de kans om dit nogmaals onder de aandacht te brengen. Het is eveneens een mooie erkenning voor een het geleverde werk van de collega's in de begeleiding van Evi Van Acker.”

De Best of Contents Awards zijn een organisatie van vakorganisatie Custo, een expertisecentrum van ACC Belgium. De deelnemers aan deze awards zijn niet van de minsten. Onder meer Propaganda met CHEF Magazine voor Metro, TBWA met de Digitale versnelling van Telenet, Mediaaan-De Persgroep met Nina kookt voor Lidl, The fat lady met We hebben Crohn/colitis voor Takeda en Hotel Hungaria met hun case voor Umicore, namen deel.

