

Internetová reklama

červenec 2010

V hodnocení červencových kampaní se stal vítězem Samsung, v závěsu následuje Citibank a jako třetí se umístil řetězec McDonald's. Nejhuř dopadly společnosti Expediční fond a AAA Auto.

Nejnižší známkou je nula, nejvyšší desítka, výsledek je průměrem známek od jednotlivých hodnotitelů.



Jan Klíma
AC&C PR
Managing Director
Kampaň Nadace
Naše dítě je jasné
a výstižně zpracova-
né závažné téma, na-
víc bez mentorování.
Naopak AAA Auto je
totální úlet.



Michal Metlička
Adobe Systems
Technical Sales
Manager
Nikdo nevyužívá po-
tenciál tohoto média,
práce jsou průměrné.
Samsung přišel se
zajímavým nápadem,
IKEA má čisté zpraco-
vání a Nadaci Naše dítě
nechybí nosný obsah.



Miroslav Oupic
Nezávislý
marketingový kre-
ativec
Nejméně mě upoutal
Expediční fond, který
zaspal dobu. Holly-
wood C. E. na propa-
gaci filmu Kajínka ne-
využil možný poten-
ciál, který je ve flash
ukázce z traileru.



Ondřej Svatoň
Skanska
Marketing Manager
Ahold přichází se
svěžím sdělením
a u Samsungu oceňu
dobrý nápad i slušné
zpracování.

1. místo – Samsung

6,9



6	Jan Klíma	7
7	Michal Metlička	6
7	Miroslav Oupic	9
9	Ondřej Svatoň	7
4	Mattis Czerniak	8
8	Ivana Kryglová	7
7	Jan Vrba	8

2. místo – Citibank

6,8