

Internetová reklama za říjen 2008

Říjnová internetová reklama nemá výrazného vítěze. První místo obsadila soutěž s Palmexem o nejkreativněji pojaté tričko.

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



1. místo – Palmex

6,7

Navrhni si vlastní tričko
a odlet' v něm do New Yorku



Zadavatel: Henkel ČR
Agentura: DDB Praha
Tvůrčí tým: Alžběta Černá, Lenka Vašíčková
Account tým: Kateřina Vaňková, Patrik Hrubeš
Mediální agentura: OMD Czech

VS	6
MS	9
FR	6
HŠ	6
ZJ	5
JS	8
MB	6
PL	5
MŠ	8
RK	8

2. místo – Nivea

6,5



Zadavatel: Beiersdorf
Agentura: Symbio
Tvůrčí tým: Jan Andersson, Martin Balhar
Account tým: Pavel Milata
Mediální agentura: Mediaedge:cia

VS	8
MS	7
FR	6
HŠ	6
ZJ	3
JS	8
MB	7
PL	5
MŠ	8
RK	7

3. místo – Dowe Egberts

5,8



Zadavatel: Sara Lee CR
Agentura: OMD
Tvůrčí tým: OMD Digital
Account tým: Dita Zbytovská, Martina Čelišovská, Jan Edlman
Mediální agentura: OMD

VS	4
MS	7
FR	4
HŠ	7
ZJ	4
JS	6
MB	5
PL	5
MŠ	7
RK	9

4.–5. místo – Datart

5,5

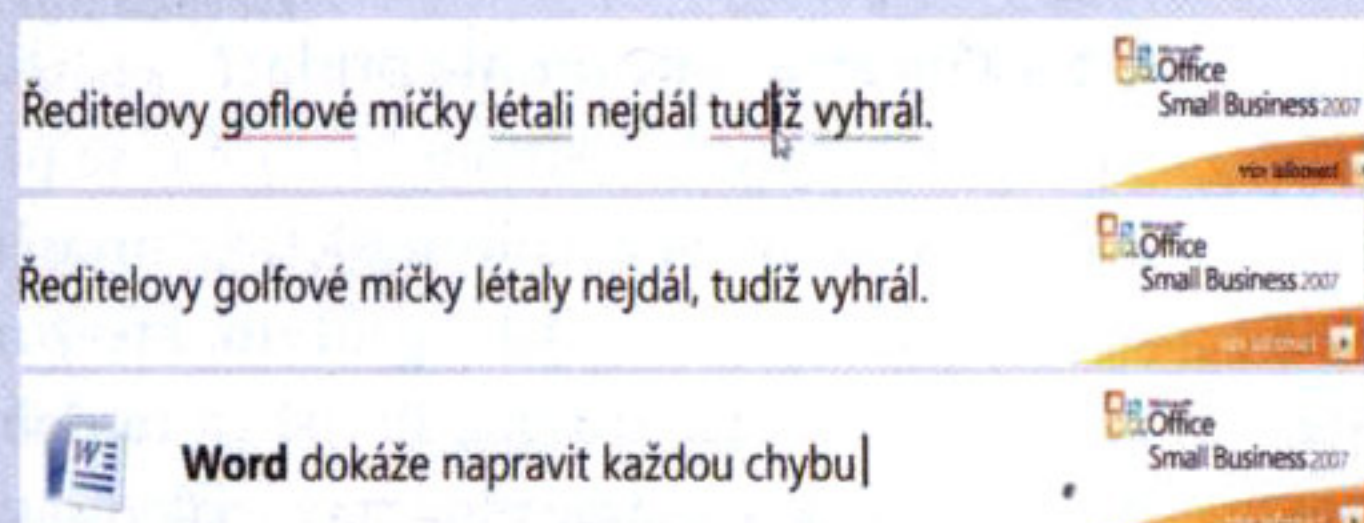


Zadavatel: Datart International
Agentura: Datart in-house
Tvůrčí tým: Jan Pařava
Account tým: neuvádí
Mediální agentura: mediální plán připravoval zadavatel

VS	5
MS	6
FR	5
HŠ	4
ZJ	2
JS	7
MB	5
PL	5
MŠ	8
RK	8

4.–5. místo – Microsoft

5,5



Zadavatel: Microsoft CR
Agentura: Wunderman
Tvůrčí tým: Josef Holub
Account tým: Jan Egem, Lenka Petřeková, Karolína Krupková
Mediální agentura: Universal McCann

VS	7
MS	7
FR	6
HŠ	6
ZJ	8
JS	5
MB	6
PL	6
MŠ	2
RK	2

6.–7. místo – Citroën

5,4



Zadavatel: Citroën ČR
Agentura: Euro RSCG 4D
Tvůrčí tým: Radek Málek
Account tým: Josef Sojka, Viktor Svoboda
Mediální agentura: OMD

VS	7
MS	7
FR	4
HŠ	6
ZJ	4
JS	6
MB	3
PL	4
MŠ	7
RK	6

Hodnocená internetová reklama:

Pořadí	Kampaň	Známka	Pořadí	Kampaň	Známka
1.	Palmex Intensive – soutěž	6,7	14.–17.	Komerční banka – Profi úvěr Fix	4,5
2.	Nivea Visage Young	6,5	14.–17.	Ford Mondeo	4,5
3.	Dowe Egberts – Grand Aroma	5,8	18.	MV ČR – Czech Point	4,4
4.–5.	Datart	5,5	19.	Citibank – Sauto půjčka	4,3
4.–5.	Microsoft Office	5,5	20.	Renault Master LS Cool	4,2
6.–7.	Citroën Jumper	5,4	21.	Asekol – Recyklománie	4,1
6.–7.	Volvo XC60	5,4	22.	RWE – www.setrimeenergii.cz	4,0
8.–9.	Nokia ESeries	5,2	23.–24.	Honda	3,9
8.–9.	Bosch Home Professional	5,2	23.–24.	Vodafone – soutěž	3,9
10.	Kooperativa pojišťovna – Povinné ručení	5,1	25.	Mitsubishi Outlander	3,7
11.	Velux – Střešní okna	4,9	26.–27.	Vodafone – Nabitá karta	3,6
12.	MasterCard – Kreditní karty	4,8	26.–27.	OMV – Čerpejte odměny	3,6
13.	T-Mobile – Internet	4,6	28.	Česká spořitelna – půjčky	3,4
14.–17.	Rádio Frekvence 1 – Sexy život	4,5	29.	Úřad vlády ČR	3,3
14.–17.	Toyota – akční ceny	4,5	30.	Kozí příběh – film	3,2

6.–7.místo – Volvo**5,4**

VS	5
MS	5
FR	5
HŠ	6
ZJ	3
JS	8
MB	7
PL	8
MŠ	2
RK	5

Zadavatel: Volvo Auto Czech
Agentura: WMC/G2
Tvůrčí tým: WMC/G2
Account tým: WMC/G2
Mediální agentura: MindShare

8.–9. místo – Nokia**5,2**

VS	6
MS	6
FR	3
HŠ	5
ZJ	4
JS	5
MB	5
PL	6
MŠ	7
RK	5

Zadavatel: Nokia ČR
Agentura: JWT Praha, lokalizace
Tvůrčí tým: Lenka Kolářová, Marie Čtveráčková
Account tým: Tereza Konášová, Dominika Kmecová
Mediální agentura: Beyond Interactive

8.–9. místo – Bosch**5,2**

VS	4
MS	4
FR	4
HŠ	7
ZJ	6
JS	7
MB	6
PL	6
MŠ	4
RK	4

Zadavatel: BSH Domácí spotřebiče
Agentura: neuvádí
Tvůrčí tým: neuvádí
Account tým: neuvádí
Mediální agentura: neuvádí

Porota**Vilém Sládek****Cz.nic, specialista komunikace**

Od Vodafone a Kozího příběhu bych čekal více. MasterCard boduje i na internetu.

Marvan Shamma**Euro RSCG 4D, Project Manager**

Nemůžeme chtít zázraky, dokud máme datový limit reklamních bannerů okolo 30 kB (možná i méně). A dva interaktivní bannery ze 30 hovoří o všem.

**Filip Rožánek****Český rozhlas, vedoucí redakce ČRo Online**

Ne, české bannery mne k vypnutí Adblocku ve Firefoxu nedonutí.

Helena Ševčíková**Hornbach, Marketing Manager**

Zaujal mě jen Bosch. Jednoduché, přesvědčivé. Špatný nebyl ani Ford. Prostě v jednoduchosti je krása.

**Zuzana Janáková****Bison & Rose, Marketing Manager**

Milý trpaslíku, připomínáš mi trpaslíka z jednoho nejmenovaného francouzského filmu, proto je fér si říci: „Je přetrpaslíkováno!“ Microsoft je jednoduchý, věcný a výstižný.

Jiří Schneider**Dílna Design, Managing Director**

Málo využívané možnosti interaktivity.

**Martina Balíková****Dílna Design, Account Manager**

Líbí se mi zapojení „akce“ u Nivea Visage Young.

Petra Lamlová**Palace Media, Sales Media Manager**

Nejpovedenější reklamou je ta na Volvo XC60. Zajímavá, odlišná, zaujme. Naopak reklama na finanční služby je nenápadná.

**Michal Švarc****Approach Communication, spolumajitel**

Už bylo dost trpaslíků.

Rostislav Kocman**Approach Communication, spolumajitel**

Občas byl vidět až dost násilný pokus adaptovat TV spot do podoby internetového banneru.

