

OUTDOOR / PROSINEC 2008

Prosincovou porotu nejvíce zaujala originalita Vodafonu, Nescafé a České spořitelny.

Dárek, který vás neomrzí
Celý internet ve vašem mobilu na 6 měsíců zdarma
www.internetdomobilu.cz
Jde to i jinak

VÍTEZ MĚSÍCE

Vůbec nejlépe z hodnocení vyšlo kreativní zpracování předvánoční kampaně Vodafonu na zastávkách MHD. Operátor tak upozorňoval na možnost získání mobilního internetu na šest měsíců zdarma.

pořadí	1	průměrná známka	1,86
zadavatel reklamy	Vodafone	kreativní zpracování	1,86
produkt	Vodafone	kvalita realizace	1,43
reklamní agentura	DDB	přínos pro značku	1,86
mediální agentura	OMD	komunikační plán	1,57

1

2

NESCAFÉ COLLECTION
ESPRESSO
DELICATE CREAMA
NEOBYČEJNÁ KÁVA
NESCAFÉ COLLECTION

pořadí	2	průměrná známka	2,43
zadavatel reklamy	Nestlé Česko	kreativní zpracování	3,43
produkt	Nescafé Espresso	kvalita realizace	2,43
reklamní agentura	McCann Erickson	přínos pro značku	2,14
mediální agentura	Mediaedge:cia	komunikační plán	1,57

3

www.naspacir.cz

pořadí	3	průměrná známka	2,71
zadavatel reklamy	T-Mobile	kreativní zpracování	3,14
produkt	T-Mobile	kvalita realizace	2,43
reklamní agentura	Saatchi & Saatchi	přínos pro značku	2,29
mediální agentura	MediaCom	komunikační plán	1,71

3

Bávi Vás práce s penězi?
Potom jste náš člověk.

ČESKÁ SPOŘITELNA

pořadí	3	průměrná známka	2,71
zadavatel reklamy	Česká spořitelna	kreativní zpracování	3,29
produkt	Česká spořitelna	kvalita realizace	2,49
reklamní agentura	Young & Rubicam	přínos pro značku	2,14
mediální agentura	neuvádí	komunikační plán	2,14

3

Přijemná společnost

JAMESON: Třikrát destilovaná jemná irská whiskey.

pořadí	3	průměrná známka	2,71
zadavatel reklamy	Jan Becher - Karlovarská Becherovka	kreativní zpracování	3,57
produkt	Whiskey Jameson	kvalita realizace	2,71
reklamní agentura	Mark/BDO (adaptace)	přínos pro značku	2,86
mediální agentura	PHD	komunikační plán	2,43

PROPADÁK MĚSÍCE

Dle mínění poroty byla nejhorším prosincovým outdoorem reklama časopisu Villa Journal. Magazín o luxusním bydlení skončil na nepříliš prestižním posledním místě.

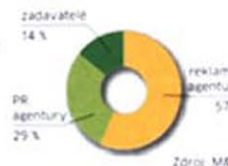
DOMY, KTERÉ VÁS OHROMÍ...

NOVÝ ČASOPIS. JEDINEČNÁ INSPIRACE PRO VAŠE BYDLENÍ.

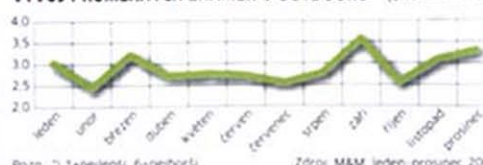
pořadí	18	průměrná známka	4,43
zadavatel reklamy	RF Hobby	kreativní zpracování	4,86
produkt	Časopis Villa	kvalita realizace	4,29
reklamní agentura	neuvádí	přínos pro značku	4,14
mediální agentura	neuvádí	komunikační plán	3,00

POROTA

V prosinci 2008 hodnotili porotci (převážně z řad reklamních agentur) celkem 18 outdoorových nosičů.



VÝVOJ PRŮMĚRNÝCH ZNÁMEK V OUTDOORU (známka 1-6)



POROTA



Zuzana Janáková
Bison & Rose,
marketing manager
Z hodnocených reklam
mně byla myšlenka „práce
s penězi“ České spořitelny
jednoznačně nejsympatič-
tější. Reklama na mobilní
komunikace a auta opět
nepotěšila.



Jan Procházka
Comtech,
art director
Na chmurné
cestě do nikam
jsem se zastavil
jen jednou - na zastávce
u Vodafonu. Díky aspoň za to.
Jinak bych jízdu asi nepřežil.



Klára Maličková
C&COM Advertising,
PR executive
„Pusa na špa-
círů“ nás
zavalila ze všech stran.
Podle mého názoru dobře
zvolená komunikace.



Zdeněk Hejda
WMC/G2,
creative group head
Svou šanci
promarnil Libe-
rec (11. místo).
měl rozsáhlou teaserovou
kampaň, bohužel postavenou
na nudných heslech. Zubatě
slechny, které se prokousaly
tramvajovou zastávkou,
to dnes vyhrály.



Emil Jimenez
Lowe Praha,
art director
Celkově byla
kvalita prací
standardní.
Některé nápady byly dobré,
u některých byla špatná
exekece.



Petr Tomáš Vocolka
Marketing & Media,
redaktor
Vypadá to,
že časopis
o nejdražších domech světa
se v outdooru rozhodl trochu
ušetrít. Liberecké MS v lyžo-
vání (11. místo) snad take
ohromí jinak než svou
kreativou.