



trategie

časopis o médiích, reklamě a marketingové komunikaci ■ Založeno 1993

**INTERNET VEDE
LIDI K TOTÁLNÍMU
PRIMITIVISMU,
TVRDÍ ŠÉF
PORTÁLU TISCALI
JAN VÁCLAV ČEP**

ČTI JEN INTERNET A ZBLBNEŠ

BrandStory
Nejstarší
technologická
firma slaví 100 let



18

**FotoFocus Jaroslava
Šimandla**
Žoldáci reklamy
v boji s nadprodukcí

32



David Seibert
Marketing má
vytvářet hodnotu,
ne slevy

28

Instore/indoor reklama

květen a červen 2011

Výběr instorové komunikace za květen a červen určité nepůsobil nudně. Nejvíc bodů nasbíraly **žvýkačky Airwaves s vizuály umístěnými na vstupních dveřích a na elektronickém informačním panelu v jídelně školy.** Nezapadl ani Sensodyne s wobblery z lentikulární fólie, Česká spořitelna se samolepicí nástěnkou nebo Škoda Auto na nákupním vozíku.



Petr Bina
Symblaze
Creative Director

Zkusit oslovit studenty ve školách jinak než doslovnou adaptací ATL kampaně je určité dobrý nápad. Škoda, že se k němu odhodlá ta málo značek. Na zloděje mikin od ČSOB bych ale na Facebook podívat šel.

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

1. místo – Airwaves

6,4



Zadavatel: Wrigley's
Typ nosiče: reklama na vstupních dveřích a elektronický informační panel
Realizace: POS Media

2. místo – Sensodyne

5,8



Zadavatel: GlaxoSmithKline
Typ nosiče: shelf stopper, podlahová grafika, wobbler
Realizace: POS Media

3.–4. místo – Čes. spořitelna



Zadavatel: Česká spořitelna
Typ nosiče: samolepicí nástěnka
Realizace: POS Media

3.–4. místo – Škoda

5,7



Zadavatel: Škoda Auto
Typ nosiče: nákupní vozík
Realizace: POS Media

5. místo – Komerční banka

5,6



Zadavatel: Komerční banka
Typ nosiče: tankovací pistole
Realizace: POS Media

6. místo – Radegast



Zadavatel: Plzeňský Prazdroj
Typ nosiče: A stojan
Realizace: POS Media