

TELEVIZE / ZÁŘÍ 2009

Televizní hodnocení vyhrálo BMW se spotem, kde tvrdí, že nevyrábí auta, ale radost. Dále se umístil Vodafone pronásledující kapelu Kosheen a Orbit akcentující novou, borůvkovou příchutí.



Nové BMW řady 5 Gran Turismo.

VÍTEŽ MĚSÍCE

Na výhru tentokrát stačila známka jedna minus. Reklama BMW porotce zaujala kvalitou zpracování, přišla jim také přínosná pro značku.

1

pořadí	1	průměrná známka	1,57
zadavatel reklamy	BMW	kreativní zpracování	2,00
produkt	BMW řada 5 Grand Turismo	kvalita realizace	1,43
reklamní agentura	neuvádí	přínos pro značku	1,71
mediální agentura	neuvádí	kommunikační plán	1,71



2

pořadí	2	průměrná známka	2,00
zadavatel reklamy	Vodafone	kreativní zpracování	1,71
produkt	program kamarádi ze všech sítí	kvalita realizace	2,14
reklamní agentura	DDB	přínos pro značku	1,86
mediální agentura	OMD	kommunikační plán	1,71



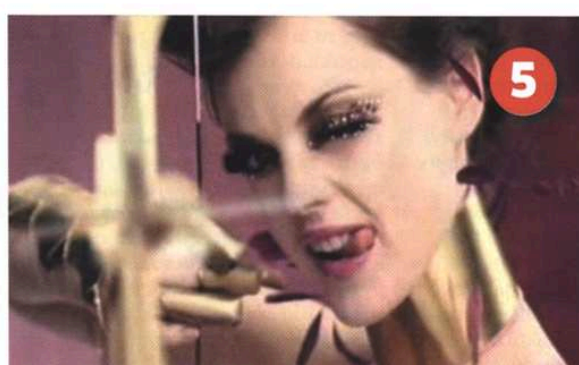
3

pořadí	3	průměrná známka	2,14
zadavatel reklamy	Wrigley	kreativní zpracování	1,71
produkt	Orbit s borůvkovou příchutí	kvalita realizace	2,71
reklamní agentura	Mark/BBDO	přínos pro značku	2,29
mediální agentura	OMD	kommunikační plán	1,86



4

pořadí	4	průměrná známka	2,43
zadavatel reklamy	MasterCard	kreativní zpracování	3,14
produkt	MasterCard	kvalita realizace	3,00
reklamní agentura	McCann Erickson	přínos pro značku	2,00
mediální agentura	Universal McCann	kommunikační plán	2,14



5

pořadí	5	průměrná známka	2,57
zadavatel reklamy	Deichmann	kreativní zpracování	2,71
produkt	Deichmann obuv	kvalita realizace	2,00
reklamní agentura	Grey	přínos pro značku	2,71
mediální agentura	MediaCom	kommunikační plán	2,71

POROTA



Jana Holanová

Mather Communications, senior account managerka

Ze zářijové nabídky mě zaujal pouze Orbit (3.) s pohádkově dráždivou atmosférou. Jen ten borůvkový packshot si mohli odpustit.



Martin Beck

Comunica, business unit director

Radost od BMW (1.) potěšila i mne.

Proč se ale tolik i skvělých a silných značek uchyluje k přibaleným dárečkům bez hlubší myšlenky?



Aleš Marek

Ferrero, brand manager

Vítězové jsou pro mě BMW (1.), Pribináček

(8.), Mila (13.), ČS Buřinka (17.). Porážení zase Orbit (3.), Postkonto PS, (P), Dacia (12.) Goodyear (9.)



Martin Jahoda

Pivovary Staropramen, brand manager

Premium Brands Vodafone (2.) mě inspiroval

stáhnout si jejich song od Kosheen. Kamarád z T-mobilu mi po této zmínce odpovídal, že už ho má stažený také.



Petr Roth

Ogilvy&Mather, senior copywriter

Souboj na cílové pásce vyhrává před

Vodafonem (2.) Orbit (3.) - díky nesrovnatelné originalitě. I když ten šilenej borůvkovej appendix to sráží dolů.



Jakub Kotas

Tvořiví, art director

Zaujalo mě BMW (1.), jak vizuálně, tak i poslechem.

Pribináček (8.) je klasika, děti nikdy neklamou.



Pavel Krejcar

Berlin-Chemie/A. Menarini, product manager

Pokud bych se díval na klasický blok reklam v TV, tak bych si poté částečně vybavil reklamy na Orbit (3.), Vodafone (2.) a Uniqui (11.).

PROPADÁK MĚSÍCE

Propadla tentokrát reklama na Postkonto Poštovní spořitelny.

Postkonto Poštovní spořitelny

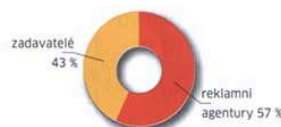
účet pro živnostníky



pořadí	propadák	průměrná známka	4,43
zadavatel reklamy	Poštovní spořitelna	kreativní zpracování	4,43
produkt	Postkonto Poštovní spořitelny	kvalita realizace	4,71
reklamní agentura	Ju-Turn Marketing&Production	přínos pro značku	3,71
mediální agentura	Universal McCann	kommunikační plán	3,86

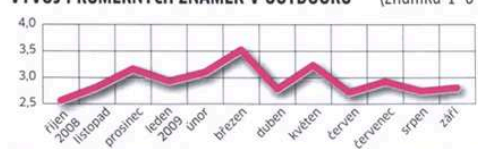
POROTA

V září 2009 hodnotili porotci celkem 20 televizních reklam.



Zdroj: M&M

VÝVOJ PRŮMĚRNÝCH ZNÁMEK V OUTDOORU (známka 1-6*)



Zdroj: M&M, říjen 2008 - září 2009