

MED[®]
BY VACULIK

Pre inzerciu v ročenke Stratégii sme pripravili print, do ktorého sme každému čitateľovi priložili skutočný MED by Vaculik.

Touto slovnou hračkou sme odkomunikovali, že v reklame to nie je vždy len med lízať a aj bez "áčka" nám naša práca chutí



Chutí nám to aj bez áčka!

Nie je to vždy len med lízať, no tešíme sa z nových klientov, ktorí prileteli do nášho úľa.

MADE[®]
BY VACULIK

Top trinásť vecí v slovenskej reklame za rok 2018

1. Ocenenie agentúra roka získala agentúra TRIAD. Posunula úroveň slovenskej reklamy o pár úrovní vyššie a je príkladom pre malé agentúry, že aj ony sa raz môžu ocitnúť na najvyššej priečke.
2. Najkreatívnejšou Agentúrou roka je TRIAD.
3. Najefektívnejšou agentúrou je Istra-politana Ogilvy.
4. Na čele rebríčky, ktorý hovorí o slovenských reklamných agentúrach, došlo po ôsmich rokoch k zmene. Na prvej priečke je agentúra Wiktor Leo Burnett, ktorá vystriedala JandL.
5. TRIAD bodovala s tou istou prácou Zaujímavý deň slobody pre O2 na festivale kreativity v Cannes, kde získala shortlist, ako efektívna nefunguje bez kreativity. A o tom má byť reklama.
6. Klub reklamných agentúr Slovenska (KRAS) zverejnil cenník výkonnosti agentúr v hodinových sadzbách na slovenskom trhu. Cenník bol vytvorený na základe prieskumu medzi členskými agentúrami. Iniciatíva vznikla s cieľom pomáhať vytvárať vhodné podmienky na dlhodobú úspešnú spoluprácu medzi klientmi a reklamnými agentúrami. Edukácia zameraná v prvom rade na zadávateľov a menšie, vznikajúce agentúry. Cenník bude aktualizovaný jedenkrát ročne, s cieľom sledovania vývoja na komunikačnom trhu.
7. Zlatý klíncec úspešne zmenil kategóriu. Nasledoval tak trendy v reklame. Agentúry prijali zmeny veľmi pozitívne, prihlásili viac prác. A aby sme nezabudli, udalosť sa úspešne mení na festival kreativity s vlastnou inšpiratívnou konferenciou s mnohými zaujímavými zahraničnými spikrami.
8. Značky uviedli na trh nové komunikačné koncepty. Slovak Telekom vymenil Sagana za Bekima, pri ČSOB herca Jáka Matúška nahradila biela postava Ute, Union staviť na Ľubosľa Kostolného a Poštová banka presviedča Fantomasom.
9. Na začiatku roka predstavila Slovenská sporiteľňa nový internetbanking pod názvom George, na jeseň prišla s novou kampaňou #mamnato, ktorá má niesť tradičnej a silnej banke imidž inovatívnej a zodpovednej firmy. Sporiteľňa tiež oznámila, že končí s bilbordmi, čím chce bojovať proti vizuálnemu smogu. A ďalšie prostriedky do digitálu. Jednou z najdiskutovanejších kampaní v tomto roku bola komunikácia Absolut, veľa o tom hovoríte aj v anketách v tejto ročenke.
10. Asi neexistuje agentúra, ktorá si nevykúšala prácu s influencerami. Ale fakt, že značka začína spolupracovať s influencerami, ešte neznamená, že je to kreatívne.
11. Viacero agentúr pochopilo, že online video a televízna reklama nie je to isté. Staľe platí, že vytvárať reklamu na naom trhu, s dostatočným počtom klientov pri súčasných budgetoch výzva.
12. Prajem vám, aby ste v budúcom zvládli túto výzvu čo najlepšie.
13. Prajem vám, aby ste v budúcom zvládli túto výzvu čo najlepšie.

la.renk.cu

eurowk

HEADS

Hype

LOCO

Peter Šte



Chutí nám to aj bez áčka!

Nie je to vždy len med lízať, no tešíme sa z nových klientov,
ktorí prileteli do nášho úľa.

MADE[®]
BY VACULIK