

W

VII. – IX. 2008

Hodnotíme produkciu
v out-of-home
reklame v období
júl – september 2008.

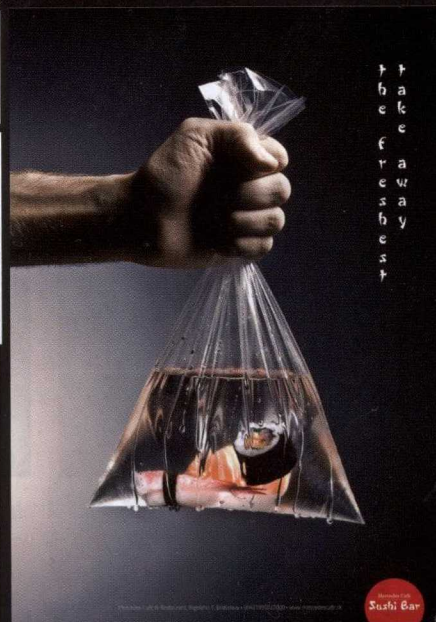
Outdoor, ktorý vylieči



Lokálna kampaň na novú súkromnú kliniku ProCare použila po prvýkrát na Slovensku v out-of-home obväzovacu techniku ako symbol hlavnej myšlienky Ozdravíme naše Košice. V druhej fáze zase prišla s predstavením jednotlivých procedúr, ako sa proces uzdravovania bude diať. Ako inak opäť s využitím out-of-home médií.

Pure outdoor

Fotografia, ktorá povie všetko. Presne takto to má vyzerať. A nepotrebuje ani žiadne nové médiá.



Konečne rozumieme



Operátori sú zvláštna skupina – o svojich produktoch a službách hovoria často príliš zbytočne (alebo je to zámer?) komplikovane. Táto kampaň pre spoločnosť Telefónica je iná – konečne nám je jasný benefit, o ktorom tento mobilný operátor vo svojej reklame hovorí. Bude to tak aj nabadúce?

Pekná tvár predá všetko?