



Kampanje



BRAND: Hrvatski Telekom
REDATELJ: Sašo Podgoršek
PRODUCENTSKA KUĆA: Planet B
NAZIV KAMPANJE: T-Com MAXadsl & MAXtv + gadget
KREATIVNA AGENCIJA: Digitel
MEDIJSKA AGENCIJA: Digitel medijski servisi
TIM KOJI JE RADIO: Nela Aviani - kreativni/art direktor,
 Antolić Sandra – copywriter, Neven Malenica – producent,
 fotograf - Boris Berc

U jeku siječanjskih sniženja i HT ima akciju. Ali kakvu akciju? MAXimalnu! Jer uz MAXtv i Sportski paket, koji si želi svaki pošten ljubitelj nogometa u Lijepoj Našoj, T-Com ponuda donosi i LCDtv za samo 1 kunu. Tako više nema prepreke da u kristalno jasnoj rezoluciji cijela Hrvatska ne prati majstorije najboljih europskih nogometnih liga. A uz MAXadsl i Smart-phone za kunu, ove dobre vijesti još će se brže proširiti...



BRAND: Tele2 Hrvatska
NAZIV KAMPANJE: Jaaavi se!
KREATIVNA AGENCIJA: Bruketa & Žinić
MEDIJSKA AGENCIJA: Mediapolis

Kampanja na jednostavan, ali duhovit način (naročito zadnja scena s Đurom) pokazuje gdje i kada se sve koristi sintagma „Javi se“.

TV spot je baziran na gradaciji koja je dobivena scenama od kojih svaka nudi vlastitu emociju i energiju, pa iako su rukometaši, ovaj put na ekranu bili kraće prikazani, može se reći da su ta navijačka podrška i veselje vezani uz sportske uspjehe bili još jače naglašeni.

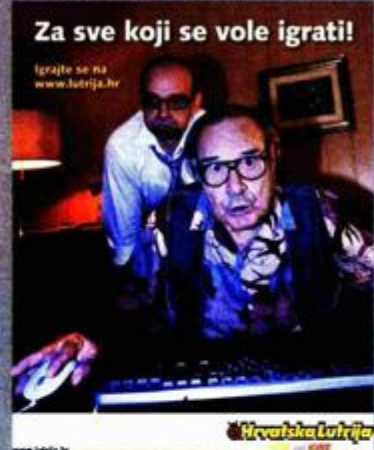
Šaljite nam informacije o novim kampanjama na mail: redakcija@maksihr.com - najkreativnije će biti objavljene u ovoj rubrici.

BRAND: Hrvatska Lutrija
NAZIV KAMPANJE: Listić
KREATIVNA AGENCIJA: Imago
MEDIJSKA AGENCIJA: Goldbach Audience

Nova serija TV spotova Hrvatske Lutrije definitivno je osvježanje na našim ekranima.

Osim što ima elemenata duhovitosti, uz slogan „Za sve koji se vole igrati“, sugestivno je dočarala dobro nam znanu veliku misao da ukoliko želimo biti vlasnikom dobitnog listića lota – tada ga trebamo i odigrati.


A poruka kaže da se dobitak može dogoditi svakome, a to znači i - vama!



BRAND: Raiffeisen Bank
NAZIV KAMPANJE: Pjevač
KREATIVNA AGENCIJA: Bruketa & Žinić
MEDIJSKA AGENCIJA: Imago

Glavni lik kampanje je pjevač koji je prvih mjesec dana kroz viralnu kampanju komunicirao isključivo pjevanjem. Kampanja je tajno snimana u različitim situacijama na javnim mjestima iz čega je montirano 14 kratkih video isječaka objavljenih na Youtubeu.

No, razlozi njegovog neprestanog pjevanja, ostali su neotkriveni do posljednje faze kampanje kad je kroz reklamni TV spot razotkrivena cijela pjevačeva priča putem zabavne uglazbljene forme s osnovnom porukom: RBA stambeni krediti – imamo sluha za život. Rezultati koje je postigla ova kampanja su: 230.000 pregleda na Youtubeu, 96.000 pregleda putem internetskih medija te 14.000 facebook fanova.

BRAND: Zagrebačka pivovara
NAZIV KAMPANJE: Pijem samo jednu!
KREATIVNA AGENCIJA: BBDO
MEDIJSKA AGENCIJA: McCann

Kroz četiri glavne uloge TV spota čiji su nositelji Rene Bitorajac, Davor Dretar-Drele, Mladen Badovinac i Marijo Petreković pratimo priču kojom se poručuje da treba biti cool i da se oko nekih stvari u životu naprosto nije potrebno previše opterećivati.

Ovaj glumački četverac osim što ima zadaću „pokriti“ u regionalnom smislu cijelu Hrvatsku tako žele i „pokriti“ svačiji ukus i stil. Osim kad je riječ o okusu, točnije o pivu. Tada njihov izbor pada samo na vrhunsku kvalitetu.

Zato je tu, kažu, Ožujsko.
 Živjeli!



BRAND: Volkswagen
NAZIV KAMPANJE: Polo - Prodaje se
KREATIVNA AGENCIJA: Grafikon dizajn/VW
MEDIJSKA AGENCIJA: Unex

Kod Volkswagenove Polo kampanje radi se podjednako kako o imidžu tako i o prodajnoj kampanji. Pored racionalnih argumenata kreativna polazna točka bila je i „fun“ komponenta, te će samim time zasigurno imati jači efekt pri donošenju odluke kod onih kupaca koji se trenutno nalaze u fazi razmišljanja o kupnji novog vozila. Kupce se na duhovit način motivira da zalijepe stražnju stranicu letka (koji je dizajniran kao obični privatni isprint PRODAJE SE) na prozorsko staklo svog vozila i tako ubrzaju proces prodaje svog vozila kako bi što prije stigli do novog Pola.

Polo je uostalom ne samo najnagrađivanije vozilo u 2010. godini, nego i najprodavanije vozilo u Hrvatskoj u 2010.



BRAND: Volksbank
NAZIV KAMPANJE: FOLKI
KREATIVNA AGENCIJA: Hot Dog i Sudar studio
MEDIJSKA AGENCIJA: pro Media Publicum

Volksbank je novu dječju štednju predstavio veselim i zabavnim animiranim TV spotom u kojem je glavni lik pas Folki koji pleše uz lako pamtljivu pjesmicu. Uz poruku da se treba štedjeti od malena, banka malenim štedišama nudi veliku kamatu. Pas Folki je vrlo aktivan i na facebook-u na kojem ima igricu ali i svoje mnogobrojne vjerne fanove.



NAZIV KAMPANJE: Majlonke
KREATIVNA AGENCIJA: Imago

„Jesi li dovoljno muško?“, teaser kampanjom je agencija Outdoor Akzent samo željela skrenuti pažnju na vanjske panoe koji zbog krize zjape praznil

(Izvor fotografije: Jutarnji list)

Preporučio: Igor Mutić