



Media Marketing



0



PODIJELI

0



SVIDA MI SE

KAKO SVE MOŽETE „VARATI“ SA PRIJAVAMA RADOVA ZA FESTIVALE

P R I J E V I J E D S M I I N U T A

I zašto se uopšte ne morate truditi sa tim za **Effie** nagrade

This article is also available in: [English](#)

Izvor: Adweek

Postoje razni načini na koji se prijave radova za festivale mogu uljepšavati i dotjerivati, ali to agencije ionako ne rade, zar ne?

Upravo ta „uljepšavanja“ u fokusu su kampanje „It's **Effie** Season“ za **Effie** nagrade u Sjevernoj Americi za 2017. godinu, koju je radila agencija Walrus iz New Yorka.

U osnovi, kampanja **Effie** nagrada poručuje agencijama: Znamo sve vaše trikove i folove, i neće vam uspjeti, jer žiriji **Effie** nagrada gledaju samo konkretne rezultate. Jedan od spotova se tako poigrava sa načinom na koji agencije navode broj impresija koje je njihova kampanja postigla, pa u datom primjeru tip po imenu Melvin izvlači brojke iz vedra neba da bi na kraju dobio brojku od 2.6 milijarde impresija, i to uz ukupno ulaganje u medije od 500 dolara.

Tu su i igre riječima, gdje talenat za pisanje dolazi do izražaja. Rast prodaje sa 5.250 na 5.335 artikala ne zvuči baš interesantno za ubaciti u opis? Možda „rast od 2%“ zvuči bolje? A možda da se jednostavno stavi da je prodaja prevazišla sve prijašnje rezultate. Nema laganja, ali istina se može reći na više načina.

Pogledajte i druga dva spota kampanje „It's **Effie** Season“ kojom **Effie** želi dati do znanja šta nisu stvari na koje treba obratiti pažnju kada se želi dobiti najprestižnija nagrada za efikasnost kampanja.

„Ponekad se agencije previše trude u svojim pokušajima da dokažu kako je njihov rad promijenio svijet,“ izjavio je CCO agencije **Walrus Deacon Webster** za *Adweek*. „Ovom kampanjom smo se željeli malo zabaviti sa takvim ponašanjem. U pitanju je interna šala. Jednom knjigovođi možda uopšte neće biti jasno šta želimo poručiti ovime, ali kod bilo koga ko je ikada ispunio prijavu za **Effie** nadamo se da će ovo pobuditi prepoznavanje i zabavu.“

A mi se nadamo da će kampanja biti efikasna 😊

O Z **E F K E**

P O V E Z A N I Č L A N C I



content
experience

Prva content i digital marketing
konferencija u Srbiji

3-4.
oktobar 2016.

Metropol Palace, Beograd,
Bulevar Kralja Aleksandra 69

**CANNES
LIONS
WINNER**



imago[®]

in co-operation with **Ogilvy & Mather**

balcannes[®]

PRIJAVI SE



omogućila
hura!

TO : DAVID DROGA



S E D M I C

M J E S E C

S V E V R I J



Zagrebački BBDO i Brigada napravili najbolji komad namještaja za pivopije



Vraća li se istina u marketing?

Jačanje regionalnih timova agencije UM



Media Marketing

Svaki dan nastojimo pažljivo odabrati bitne vijesti iz svijeta komunikacija i održati Vaš poslovni duh svježim.



NEWSLETTER