



# Media Marketing



PODIJELI



SVIDA MI SE

## ZAŠTO „DRUGAČIJE“ KAMPANJE OSVAJAJU NAGRADE?

P R I J E T I J B S M I I N U T A

Kampanja Lav kokice je jedna od najnagrađivanijih kampanja ove godine u regiji

Foto: Jana Savić Rastovac, kreativna direktorica McCanna Beograd i Olivera Perković, direktorica agencije

## McCann Beograd sa osvojenim Grand Prixom na Golden Drumu

Međunarodni advertising festivali iz godine u godinu su sve posjećeniji, a broj prijavljenih radova raste. „Ljuta“ konkurencija iziskuje kontinuirani rad na inovativnoj upotrebi komunikacijskih kanala i kreiranje relevantnog, atraktivnog sadržaja. U tom smislu, agencije nastoje ne samo da prate svjetske trendove već i da ih plasiraju i za svoje klijente osmisle inovativne kampanje, ali i proizvode. Jedan takav primjer je kampanja za *LAV kokice*, proizvod koji je osmislila agencija *McCann Beograd*.

„Na našem tržištu se promena ukusa ili recepta često povezuje sa pravljenjem kompromisa, sa nečim što ‘miriše’ na uštedu i srozavanje kvaliteta. Međutim, u našem slučaju, to zaista nije bilo tako. Potez za koji smo se odlučili je za glavni zadatak imao postizanje novih standarda u domaćoj, *mainstream* industriji piva. Krajnji rezultat je bila nova, za nas skuplja ali, što je najbitnije, za testirane potrošače kvalitetnija i bolje ocenjena tečnost,“ rekao je **Marko Simić**, Brand Manager *LAV* brenda i dodao: „U startu smo se suočili sa izazovom da li i na koji način da komuniciramo ovu značajnu promenu, svesni pomenute konotacije koju ovakve promene obično imaju. Smatrali smo da imamo nešto zaista drugačije čime treba da se ponosimo i odlučili se da budemo transparentni. Ostalo je istorija. Zasluga pripada agenciji, naša je samo u domenu imanja razumevanja, a i hrabrosti, da u ovome istrajemo.“

Kampanja *LAV kokice* osvojila je Grand Prix nagrade u kategorijama *Direct* i *Integrated* na nedavno održanom *Golden Drum festivalu*. Ista kampanja osvojila je i specijalne nagrade *Silver Drum* i *Bronze Drum Adriatic Awards* na istom festivalu, kao i nagradu u kategoriji profitna integrisana kampanja na nacionalnom Festivalu integrisanih komunikacija *Kaktus 2016*. Na regionalnoj reviji najboljih kampanja **BalCannes**, žiri novinara je po prvi put dodijelio nagradu za *Najbolji projekat* upravo kampanji *LAV kokice*.

Dve Grand Prix nagrade za kampanju *LAV kokice* pokazale su koliko je vrijedno i rijetko poigravanje sa kanalima komunikacije u kampanjama *main stream* brendova. Mnogo toga stalo je u običnu kesu kokica: saopštenje za javnost, direktno obraćanje potrošačima i poziv da se proizvod proba. „Jednoglasna odluka žirija u kategoriji integrisanih kampanja predstavlja posebnu čast i priznanje za kontinuirano nastojanje naše agencije za uvek inovativnim i originalnim načinima komunikacije,“ rekla je **Jana Savić Rastovac**, kreativna direktorica agencije *McCann Beograd*.

O Z L A V / M C C A I C N E B E O G R A D



**SKINITE BESPLATNO  
APLIKACIJU**



msu ART

**I UŽIVAJTE U UMETNIČKIM DELIMA  
IZ MUZEJA SAVREMENE UMETNOSTI!**

**PRIJAVE ZA  
SEMPLER  
SU OTVORENE  
DO 7. NOVEMBRA.  
IZBOR NAJBOLJE MEDIJSKE  
STRATEGIJE GODINE.**



**Ako Bruketa može  
biti kreativan,  
može svatko.**

- Nikola Žinić

 design thinking.hr

AI  
WEIWEI

CANNES  
LIONS  
WINNER



**Imago**<sup>®</sup>  
in co-operation with **Ogilvy & Mather**

S E D M I C

A

M J E S E C

S V E V R I J



Direct Media, lekcija koju smo naučili (3): Nema opravdanja za nedostatke – pretvori ih u prednost



BiH apsurdima nikad kraja – mjerenje gledanosti TV programa u rukama države



Goga Grubješić i Aleksandar Đorđević: Kroz 20 godina rada sa Jean Marieom Boutsicot-om, razvili smo prijateljski odnos

# Media Marketing

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



## NEWSLETTER