

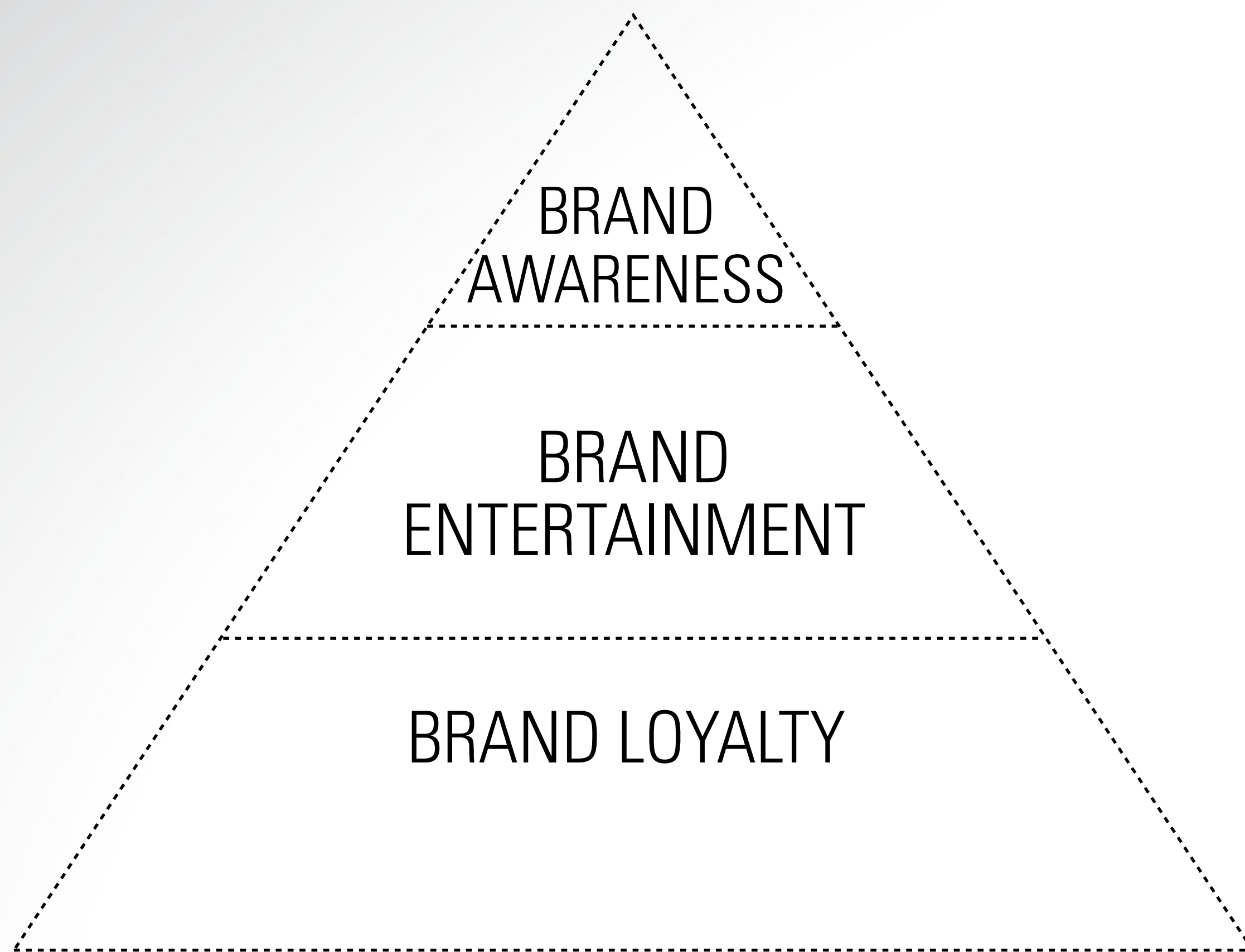
Nešetřete kreativitou, ušetříte na nákupu medii

Petr Vaněk, Honza Jelínek

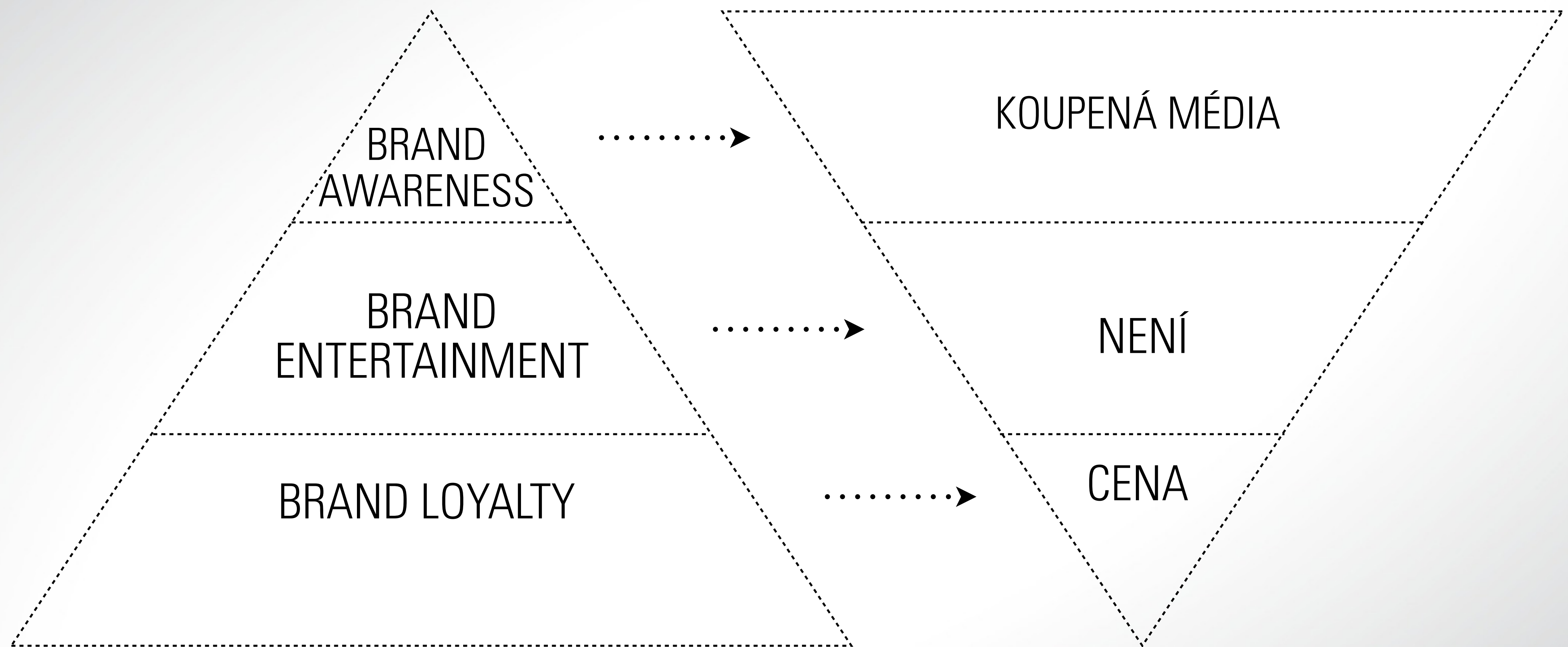
O čem dnes mluvit nebudeme

Nedávejte peníze mediálkám,
dávejte je **kreativkám.**

Základní vnímání značky



Jak se značkou pracují v ČR



TNT [brand awareness]



32 mio views na YouTube

LOOSERS

OBERMUTTEN [brand awareness]



SUPERVÁCLAV [brand awareness]



4 mio views zasažených lidí, více jak 300 tis lidí mělo kontakt s produktem

LOOSERS

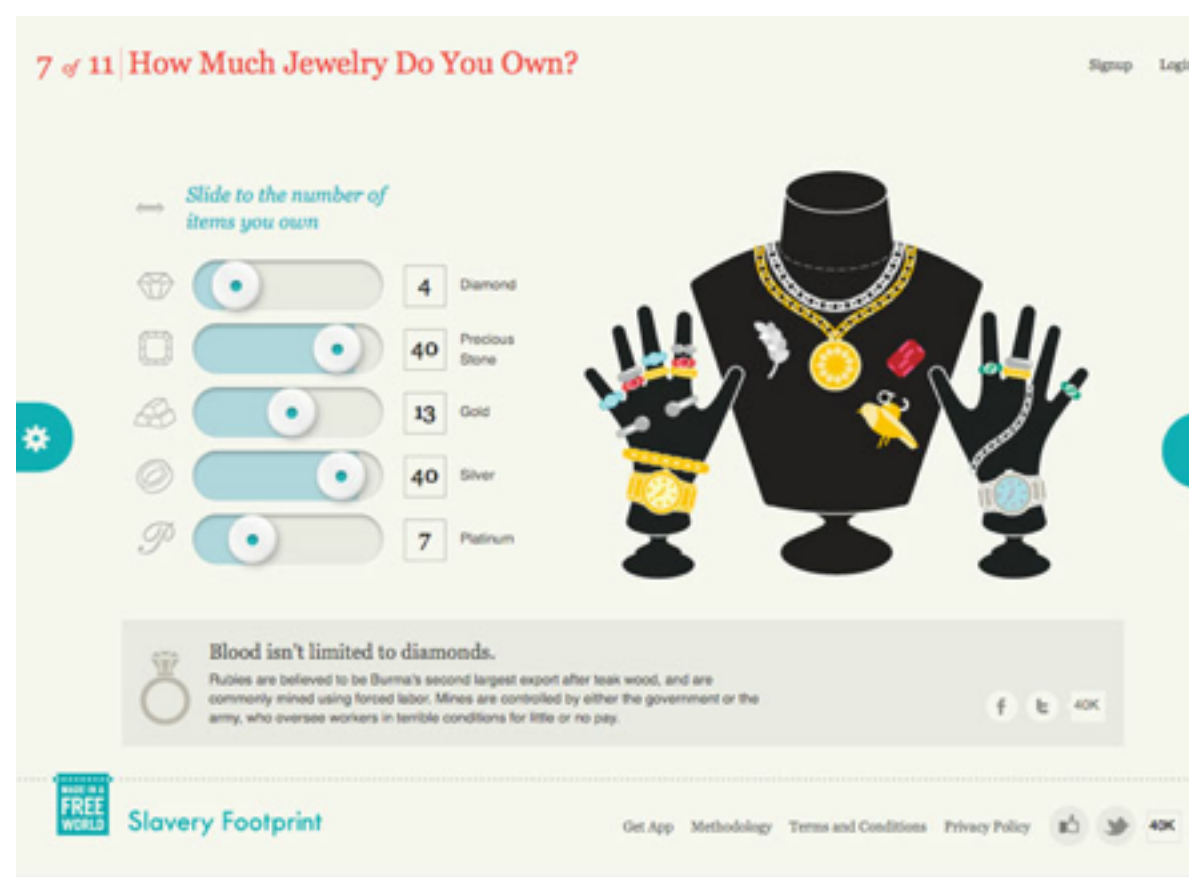
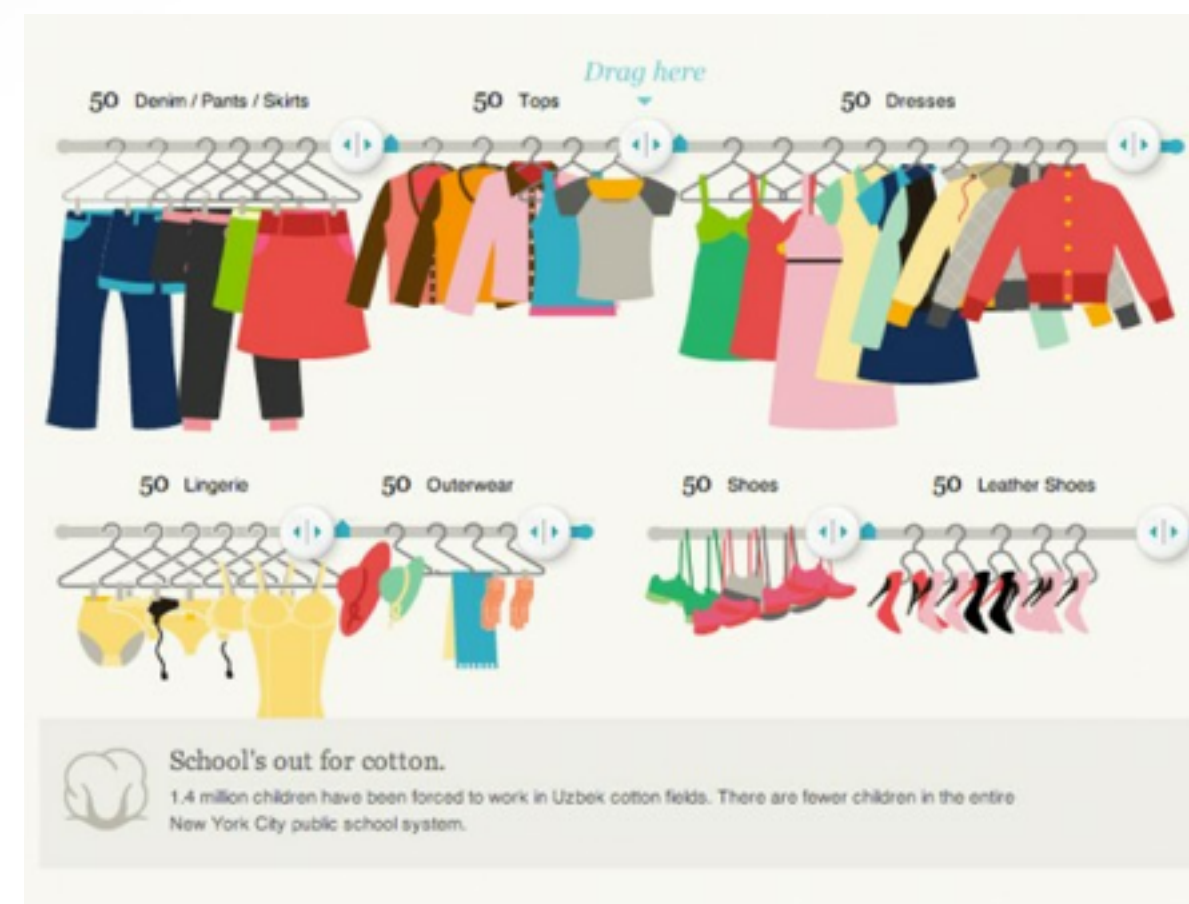
INSIDE - social movie [brand entertainment]



13 mio views na YouTube, 32 mio views v médiích

LOOSERS

SLAVERY FOOTPRINT [brand entertainment]



60 mio global views, \$20 mio získaná mediální hodnota

LOOSERS

MOLESKINE [brand loyalty]



LOOSERS

Na co je potřeba si dávat pozor

Značku již nevlastní společnost,
značku vlastní ti, **kdo o ní mluví.**

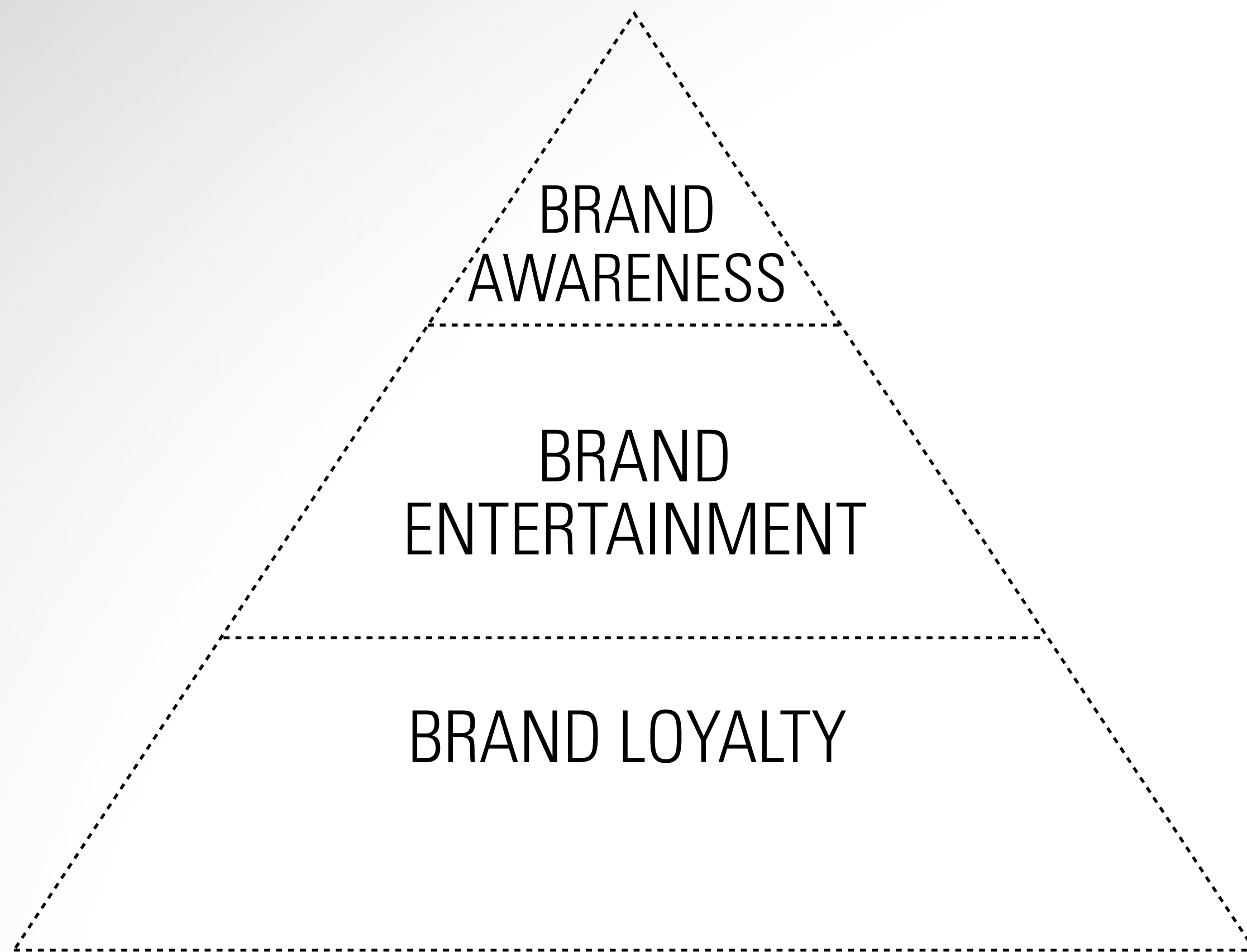
S čím je potřeba počítat

Ve chvíli, kdy lidé převezmou sdělení a předají ho dál,
nabývá sdělení úplně jiné hodnoty.

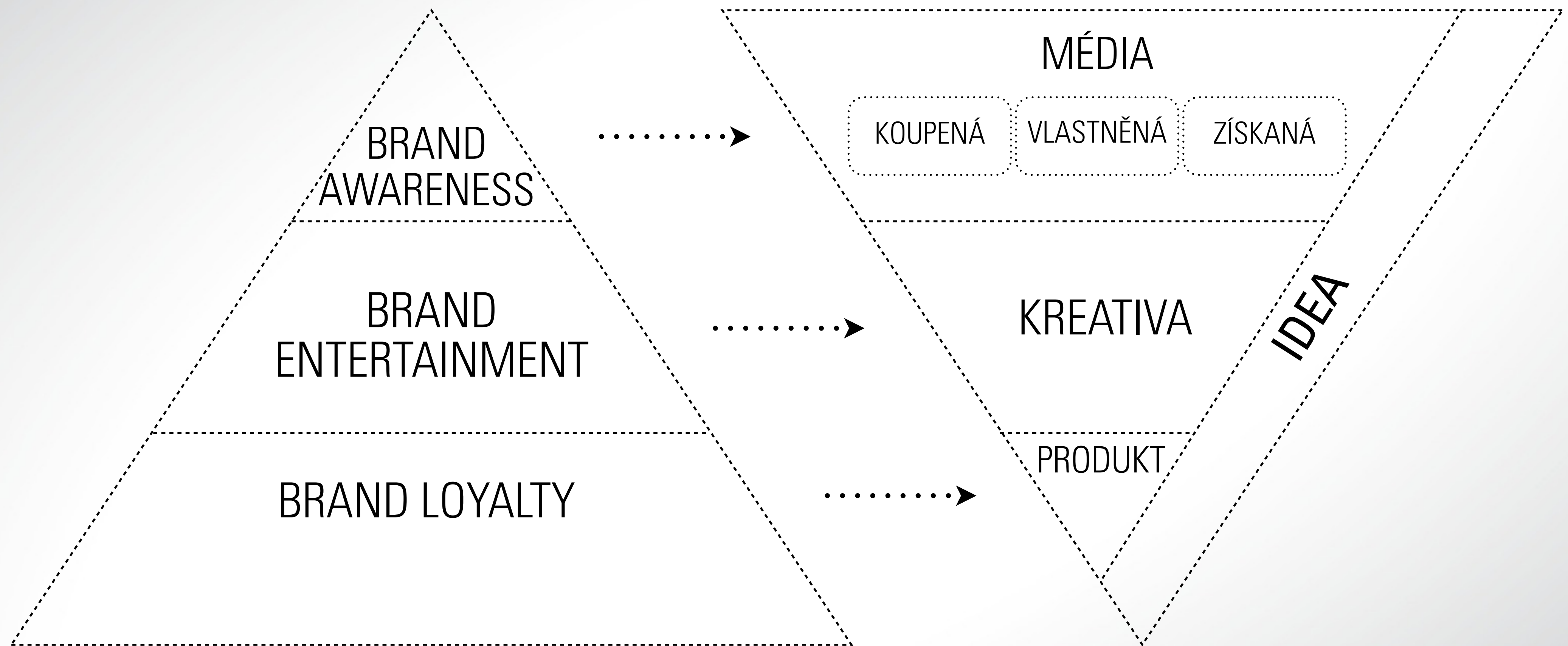
S čím je potřeba počítat

Ve chvíli, kdy lidé mluví o vaší značce,
nic za to neplatíte.

Jak by se mělo se značkou pracovat



Jak by se mělo se značkou pracovat



Incredibly **děkujem.**