



Dobra praksa v akciji:

Kako smo izbirali pravega partnerja ali kako sta lahko poljski WC in tank v komunikacijah nekaj povsem sprejemljivega?

Primer akcije »Uredite si svet po svoje«

Nataša Hajdinjak (Helios) in Tina Cirman Popovič (Publicis)





Potrebujemo novo oglaševalsko akcijo.... september 2009

1. Natečaj?
2. Predstavitve treh agencij – zakaj tri, zakaj te tri
3. Kaj smo iskali in kaj nas je prepričalo?
 - kreativni presežek?
 - partnerja?
 -
4. Pa potem.....



Proces

1. Naloga in cilji kot izhodišče
2. Raziskava (trg, konkurenca, brand, potrošnik) v regiji
3. Brand delavnica v dveh korakih in določitev brand ideje
4. Kreativni brif in rešitve
5. Implementacija glede na potrebe posameznega trga

Ključno:

- medsebojno zaupanje in spoštovanje
- dober/konstruktiven dialog
- vključevanje širšega teama v ključnih odločitvah



Rezultat našega skupnega dela