



EFFIE CONFERENCE 2012

30 ноября в Киеве состоялась конференция Effie.

Из выступлений на конференции:

**Amnon Golan, Vice President Strategy Central and Eastern Europe
Y&R Advertising**

Sex over love. FameBrand is the new way of building brands

Маркетинг сегодня – это создание не просто осведомленности о своем бренде, это создание славы своего бренда. Вы можете купить осведомленность, но Вы не можете купить славу.

Мы живем в эру славы. Сейчас сумасшедшее время: мы должны создать славу для наших клиентов и брендов. Наша реклама конкурирует не с рекламой другого бренда. Она конкурирует с программой, которую показывают по телевизору. Современная реклама опирается на новые способы развлечения людей. Например, у компании Apple каждую неделю появляется что-то новое, что позволяет все время поддерживать позитивное эмоциональное волнение.

В определенном смысле реклама сегодня переживает мировой кризис. От рекламной кампании ожидают создания «своего» бренда, который практически выстроил бы родные семейные отношения между потребителем и производителем. Постоянная конкуренция с другим контентом получаемым по различным каналам – вот реалии создания современной рекламы. А ведь необходимо предложить такую рекламную кампанию, чтобы клиенты захотели увидеть ее

снова и снова, как жену, как членов семьи.

Давайте учиться у супергероев. Посмотрите, как Marvel запускает новый фильм: постеры, BTL (игры), существа, трейлеры на youtube перед тем, как фильм покажут по телевидению.

Посмотрите, например, как Justin Bieber запускает песни. Ему всего 18, он разговаривает с 12-ти летними девочками и их мамами. Он напоминает им о том времени, когда они были молодыми. С профессиональной точки зрения мы многому можем у него поучиться.

Посмотрите, как индустрия моды создает славу. Спросите себя, станет ли это частью культуры?

Посмотрите на наши бренды как на знаменитостей. Например, OldSpice. Они решили направить свою рекламу на мужчин, а не на женщин и запустили ролик «Smell like a man, man». Кроме этого, были созданы условия для получения обратной реакции от пользователей

через социальные сети. И результат - этот ролик имеет больше просмотров на youtube чем у победной речи вновь избранного президента США Барака Обамы.

Слава – это способность привязаться к поп культуре. Куда бы вы не пошли, вы видите креативность. Посмотрите на последние фильмы: они приносят волшебные миры в жизнь людей.

У обычного человека в каждодневной жизни много проблем, поэтому им нужен кто-то, кто будет вызывать у них восторг. Лого «знаменитость» - это лого, которое люди хотят разместить на своей футболке.

бар и старается быть сексуальным и интересным.

Я ненавижу рекламу, которая говорит «Мы верим что...». Надо двигаться от видения к миссии.

Мы должны лучше понимать поп культуру и ее символы. Например, рассмотрим рекламу Bioliot (средства для избавления от насекомых). Большинство рекламных роликов показывают, как умирает комар – но люди не хотят это видеть. Подумайте над тем, кто и как убивает насекомых. Обычно жены зовут своих мужей, которые часто ничего больше не делают по дому. Однако в этом скрыт глубокий инсайт: убийство насекомых – это последнее, в чем мужчина

Effie Awards Ukraine - конкурс эффективности рекламных и маркетинговых коммуникаций. Это самая престижная и желанная награда для маркетологов. Effie Awards существует с 1968 года и сегодня проводится более чем в 40 странах мира. В Украине конкурс стартовал в 2006 году на основании эксклюзивной лицензии Нью-Йоркской Американской Маркетинговой Ассоциации (Effie Worldwide). Главное отличие Effie от подобных состязаний состоит в том, что жюри оценивает не столько креативность рекламной кампании, сколько главную составляющую - результативность: рост объема продаж, увеличение доли рынка, узнаваемости торговой марки и повышение стоимости бренда.

Посмотрите на то, что делает Мадонна:

- 1) изучает модные тренды;
- 2) создает «персону» которая отображает это;
- 3) пишет полный маркетинг план. Мы иногда это упускаем.

Почему бы не поучиться этому?

Это секс, а не любовь. Когда вы идете на свидание, вы не подходите к парню и не говорите «давай построим любовные отношения». Вы сексуально одеваетесь и умно разговариваете. Мужчина идет в

до сих пор охотник. Именно эта идея и легла в основу успешной рекламной кампании Bioliot направленной на женщин.

Нужно создавать истории, которые люди захотят коллекционировать, а потом обсуждать. Надо стараться прийти от сообщения к вдохновлению.

Учитесь у знаменитостей и создавайте славу своим брендам!

К печати подготовила Марьяна Лылык

ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА EFFI UKRAINE 2012 ГОД

Entry title	Agency	Client	award
Назва реклами	Агентство	Клієнт	Нагорода
My first jeans	Bart&Fink	Kimberly-Clark Ukraine	Grand Prix
BUD. King of beers	Adventa Lowe	SUN InBev Ukraine	Gold
Toyota Yaris - ideal for city	B.I.T.A. Advertising	CFI Toyota-Ukraine	Gold
life:). New communication platform	YOUNG AND RUBICAM	Astelit	Gold
Tariff "Tourist life:)	YOUNG AND RUBICAM	Astelit	Gold
Let's Do It Ukraine!	Tabasco	Civic initiative «Let's Do It Ukraine!»	Gold
Stop TB in Ukraine	Banda Agency	Rinat Akhmetov Foundation "Evolution of Ukraine"	Gold
The lower the temperature outside, the higher the discount	Ogilvy & Mather Ukraine	PJSC "Hercules"	Gold
The Deepest Site	Ogilvy & Mather Ukraine	IDS Group Ukraine	Gold
Traffic policeman	PROVID	Speak Well	Gold
Share the love	Banda Agency	PUMA	Gold
Football Chips Luyks	Tabasco	Kraft Foods	Silver
With Lipton to the stars	Initiative	Unilever	Silver
"Secret" from Morshinska	Young&Rubicam	IDS Group	Silver
Coca-Cola Euro-2012. Let's get crazy!	SAATCHI&SAATCHI UKRAINE	LLC "Coca Cola Ukraine Ltd"	Silver
Pepsi Likerzzz	AIMBULANCE	PepsiCo Ukraine	Silver
Galinka Launch	G2-GREY Ukraine	Procter&Gamble	Silver
"Snow Panda" toilet paper launch	THINK! McCann Erickson	Global ABC	Silver
"SIMPLY CHEAPER" tariff	YOUNG AND RUBICAM	Astelit	Silver
National advertising campaign for autumn promotion 2012 "We pay for the talks 75 hryvnas" support	DDB Ukraine	MTS Ukraine	Silver
Loan in 10 minutes	Kinograf	Renaissance Credit	Silver
Live on an equals. The long-term communications program for National Assembly of Disabled people of Ukraine	Talan Group (Talan Communications, Pleon Talan, Clever Force)	National Assembly of Disabled people of Ukraine	Silver
Blue bird	Kinograf	Renaissance Credit	Silver
Always finishes building	THINK! MCCANN ERICKSON	PAO HC "Kyivmiskbud"	Silver
Banda Agency Launch	Banda Agency	Banda Agency	Silver
Mistake	Tabasco	PrJSC "ENZYM COMPANY"	Bronze
Coca-Cola vs Zhivchik: fighting for naturalness 2011	SAATCHI&SAATCHI UKRAINE	LLC "Coca Cola Ukraine Ltd"	Bronze
Non Stop Messenger	Banda Agency	New Products	Bronze
Your natural look to conquer the hearts	Initiative	Unilever	Bronze
MAGNE-B6 premium 2012 'Angry Director' campaign	Publicis Visage	Sanofi Ukraine	Bronze
Share the love	Banda Agency	PUMA	Bronze
Citroen DS4 Promo	AIMBULANCE	Citroen Ukraine	Bronze
Traffic policeman	PROVID	Speak Well	Bronze
Antistadiums	PROVID	LLC "Comfy Trade"	Bronze
Disappearing villages – a new market for Kyivstar mobile Internet	Adventa Lowe	Kyivstar Company	Bronze
tariff life:) Abroad	NewStore Marketing	Astelit	Bronze
Always finishes building	THINK! MCCANN ERICKSON	PAO HC "Kyivmiskbud"	Bronze
2,14	Kinograf	Renaissance Credit	Bronze
Child Safety Online	Prodigi digital agency	Kyivstar JSC	Bronze
Talk for money	Agency of marketing services Full Contact	Agency of marketing services Full Contact	Bronze
Let's Do It Ukraine!	Tabasco	Civic initiative «Let's Do It Ukraine!»	Bronze
Stop TB in Ukraine	Banda Agency	Rinat Akhmetov Foundation "Evolution of Ukraine"	Bronze
Banda Agency Launch	Banda Agency	Banda Agency	Bronze
FIT BUNS	MEX Advertising Agency	Sport-Club «Fitness-Academy»	Bronze
Share the love	Banda Agency	PUMA	Bronze
BUD. King of beers	Adventa Lowe	SUN InBev Ukraine	Bronze
"Snow Panda" toilet paper launch	THINK! McCann Erickson	Global ABC	Bronze