

UKAŽTE MI JEDNU
VĚC V REKLAMĚ,
KTERÁ NENÍ PROBLÉM.

Klienti mají pocit, že agentury jim nerozumí. Agentury mají pocit,
že klientům chybí odvaha. Všichni mají problém s budgety.
Všechno všem hrozně dlouho trvá. A nikdo na nic nemá lidi.
Přes všechna data, technologie a zkušenosti...

Až do momentu, než
někdo položí na stůl

VŠECHNO.
V REKLAMĚ.
JE. PROBLÉM.

A všichni řeknou
„Ty v*le, to je ono!“

NÁPAD

A najednou nic není problém. V agentuře se
jedou nočky a víkendy, a nikdo si nestěžuje.
Klient sám navrhne, že sežene víc peněz...
a sežene je. Nikdo nemusí googlit náhodné
grafy, protože všechny testy vycházejí tmavě
zelené. A když na natáčení poprvé po deseti
letech dorazí CEO... uroní slzu.

Ne nad rozpočtem, KPIs nebo mediamixem.
Ale nad nápadem. Nápadem, který spojí do
jednoho tábora kreativce a procurement,
mediálku s produkcí, brandáka s režisérem.
A z boje o nápad se najednou stane boj
za nápad. Za to, aby se to povedlo.

Protože když se to povede, povede se to obvykle se vším všudy.
Všechny grafy nahoru doprava. Rekordní prodeje. Hromady lvů a Effies.

(TAK AŽ SI PŘÍŠTĚ
NA BRAINSTORMINGU,
PREZENTACI NEBO
PPMKU POMYSLÍTE,
„TY V*LE, TO JE ONO“,
NADCHNĚTE SE TAKY.)



NADŠENÍ NÁS SPOJUJE

