



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

O reklamě a nových trendech v reklamních spotech

Eda Kauba, Art Directors Club Czech Republic

Art Directos Club Czech Republic (ADC) je profesní sdružení reklamních společností, zabývajících se zejména televizní a filmovou reklamou. ADC Czech Republic je součástí celosvětového profesního sdružení Art Directos Club. Pan Eda Kauba je prezidentem společnosti působící v České republice a zároveň členem vedení celosvětové centrály.

Při kolokviu na výše zmíněné téma byl kladen důraz na to, jak nově a moderně oslovit reklamou možné potencionální zákazníky. Jako příklad správně a dobře vedené reklamní kampaně, byly uvedeny spoty, které byly vyrobeny pro Komerční banku. Jednalo se o spoty, ve kterých vystupoval ďábel v pozici hodného, ale provokujícího „čerta“. Velmi kontroverzní část těchto reklam tvořily právě části, kdy ďábel, ať již v mužské či ženské podobě, přesvědčoval zákazníky Komerční banky k podpisu smluv. Právě tato nadsázka a pohádková podobenství s úpisem peklu nesla danou kontroverzi mezi úpisem a bankovními službami.

Na jednotlivých případech této reklamní kampaně bylo právě vysvětleno, v čem se současná úderná reklama liší od reklamních kampaní v minulosti. Pan Kauba vysvětloval studentům současné trendy, kdy autoři reklam a reklamních kampaní jsou nuceni zaujmout. Nejedná se o klišé, ale o skutečné nápady.

Při diskusi se studenty vyšla najevo skutečnost, že někteří studenti jsou schopni vymyslet velmi zajímavá témata, avšak mají velký problém s jejich prosazením. Jedním z hlavních důvodů neschopnosti prosadit sama sebe je nekonceptnost a mnohdy pohodlnost studentů. Úspěšný tvůrce reklamy musí ale být velmi agresivní ve svém myšlení i v prosazování svých myšlenek. Musí ale dávat velký pozor na to, aby se agresivita a razance nepřeklopily do arogance. Těmito slovy přednášející velmi překvapil studenty, kteří, jak se později ukázalo, nedokážou rozeznat křehkou hranici právě mezi sebevědomím vystupováním a arogancí.

V druhé části byly promítnuty vítězné reklamní spoty, oceněné v soutěži nazvané „Louskáček“, které právě ADC pořádá. I na těchto spotech byla při promítání zdůrazněna ta správná místa, která provokují a ovlivňují myšlení potencionálních zákazníků, kteří potom takto ovlivněny propagované zboží či služby nakupují.