

Disclaimer:

1) Ez a prezentáció csúnya.

2) A tartalma a saját véleményem. Nem tükrözi sem korábbi, sem jelenlegi, sem jövőbeni munkáltatóm hivatalos álláspontját.

3) Ez a prezentáció tartalmaz pontatlanságokat, általánosításokat, csúsztatásokat. Tudom. A lényegen mit sem változtat.

# Alapfogalmak

## 1) Konceptió

- Célcsoport
- Accepted consumer belief (unmet need)
- Benefit
- Reason to believe

## 2) Kreatív transzformáció

- Insight
- Ad idea (néhány szó)
- Executions (egy nem túl bővített mondat)

# Tipikus hibák

- Konceptiót leforgatják (videó – 1)
- Több célcsoport van (videó – 2) foci/gyerekek
- Magyarázzuk el (videó – 3)
- Kösse össze valamivel (videó – 4)
- Produkció elviszi (videó – 5)
- Kérdés csokiért: miről nem volt eddig szó?

# Hogyan lehet jó?

- Tegyük bele a terméket (videó – 6)
- NE a koncepciót forgassuk le, legyen valós insight, legyen kreatív transzformáció
- Azt az egy insightot járjuk körbe (akár több oldalról) egy logikára felhúzva (videó 7 és videó 8)
- STORY

## M A T E K

Média költség

100

100

100

## M A T E K

Média költség	100	100	100
Produkción	20	23	25

## M A T E K

Média költség	100	100	100
Produkción	20	23	25
Recall	30%	45%	60%

## M A T E K

Média költség	100	100	100
Produkción	20	23	25
Recall	30%	45%	60%
Média érték	30M	45M	60M



## M A T E K

Média költség	100	100	100
Produkción	20	23	25
Recall	30%	45%	60%
Média érték	30M	45M	60M
Üzleti hatás	90M	135M	180M

## M A T E K

Média költség	100	100	100
Produkción	20	23	25
Recall	30%	45%	60%
Média érték	30M	45M	60M
Üzleti hatás	90M	135M	180M
Eredmény	<b>-30M</b>	12M	<b>55M</b>

# Hogyan lehet jó?

- Tegyük bele a terméket (videó – 6)
- NE a koncepciót forgassuk le, legyen valós insight, legyen kreatív transzformáció
- Azt az egy insightot járjuk körbe (akár több oldalról) egy logikára felhúzva (videó 7 és videó 8)
- STORY
- STORY, a márka, a termék legyen a dráma középpontjában, magic moment (videó 9 és videó 10 →cserélni)

ugye, hogy nem volt szép