



Media & Marketing Polska

RAPORTY
BIURA REKLAMY 2010
MOTORYNEK 2010

TRUDNA PASJA
IMM O POSTAWACH
DZIENNIKARZY WOBEC
ZAWODU I PR-U

SIR JOHN HEGARTY

DYREKTOR KREATYWNY OSŁAWIONEJ
LONDYŃSKIEJ AGENCJI BBH PRZEKONUJE, ŻE
JAKOŚĆ REKLAM ODZWIERCIEDLA JAKOŚĆ ŻYCIA,
JAKIE PROWADZĄ ICH TWÓRCY



ORLEN
PARTNER RAPORTU
„MOTORYNEK 2010”
str. 117

CENA 16,90 ZŁ
(w tym 7% VAT)

GRUDZIEŃ 2010
NR 20 (391)

ISSN 1507-174X • INDEKS 320102



EUROPE ... 5.00 (EUR)
UK ... 4.00 (GBP)
USA ... 9.00 (USD)
UKRAINE ... 40.00 (UAH)
RUSSIA ... 185.00 (RUB)

20 NAKŁAD: 10 000 EGZ.

Uciekający budzik

Tocky to najnowszy uciekający budzik zaprojektowany i wyprodukowany przez Nanda Home Inc. ze Stanów Zjednoczonych. Według statystyk 40 proc. osób „przesypia” budzik. Typowy budzik po prostu nie działa wystarczająco skutecznie. Uciekające budziki nie pozwolą zaspać do szkoły, do pracy czy na ważne spotkanie. Jeżeli użytkownik postanowi, że ma ochotę na drzemkę, Tocky

skoczy z szafki nocnej i tocząc się, będzie uciekał po pokoju – zdeteminowany, aby podnieść śpioccha z łóżka.

Z Tocky żadna pobudka nie jest nudna. Budzik jest wyposażony w mikrofon, dzięki któremu można nagrywać

własne wiadomości pobudek. Po podłączeniu przez gniazdo USB do komputera można wgrać także utwory MP3.

Tocky jest łatwy w obsłudze dzięki dotykowemu interfejsowi sterującemu jego funkcjami. Wystarczy obrócić palcem wokół tarczy, by zmienić czas, utwór lub inne ustawienia.

Najważniejsze cechy produktu: toczy się po dywanie i podłodze, skacze z 1 metra wysokości, mieści do 2 godzin plików MP3, nagrywa do 6 godzin osobistych wiadomości pobudek, ma intuicyjne menu dotykowe oraz kolorowe, wymienne koszulki umożliwiające dopasowanie do wystroju pokoju.

PIAP bada wartość branży

Polska Izba Artykułów Promocyjnych zrobiła już kolejne kroki w kierunku działań mających na celu oszacowanie rynku artykułów promocyjnych pod względem wielkościowym i ilościowym.

W pierwszej kolejności badanie zostanie przeprowadzone z poziomu dystrybucji, czyli z poziomu największych producentów, dystrybutorów artykułów promocyjnych w Polsce, w przyszłości planowane jest również przeprowadzenie badania z poziomu agencji reklamowych.

Badania przeprowadzi TNS OBOP.

Wszystkie firmy, które wezmą udział w badaniu, otrzymają raporty szczegółowe dotyczące wielkości tego rynku. Raport da uczestnikom informację na temat kształtowania się wielkości sprzedaży poszczególnych artykułów promocyjnych w poszczególnych okresach.

Czekoladowy zawrót głowy

Czekoladowe kalendarze adwentowe dla Zagłębia Lubin, a samochód z cukierkami dla Best. Dla superwymagających Słodkie Upominki mają czekoladowego laptopa.

Firma Słodkie Upominki wyprodukowała czekoladowe kalendarze adwentowe dla klubu piłkarskiego Zagłębie Lubin. To pierwszy „sportowy” klient Słodkich Upominków, który w swoich działaniach promocyjnych wykorzystał kalendarz adwentowy.

Przypomnijmy, że kalendarz adwentowy to specjalny kalendarz służący odliczaniu dni od pierwszego dnia adwentu do Wigilii. Zwyczaj odliczania – a tym samym otwierania kolejnych okienek i sprawdzania kryjących się w nich niespodzianek – jest popularny nie tylko wśród dzieci. Coraz częściej kalendarz adwentowy – zwłaszcza słodki – staje się atrakcyjnym prezentem także w relacjach biznesowych.

Firma Słodkie Upominki wyprodukowała także słodki gadżet reklamowy dla szwedzkiej firmy kurierskiej Best. Jest nim opakowanie w kształcie samochodu wypełnione po brzegi cukierkami. Najnowsze czekoladowe projekty z własnej linii produkcyjnej Słodkich



Upominków to czekoladowy laptop oraz produkty związane ze świętami – zarówno Bożym Narodzeniem, jak i Wielkanocą: czekoladowe bombki oraz czekoladowe jajka. Dostępne są w wersjach ze standardowymi świątecznymi nadrukami na folii lub też z indywidualnym nadrukiem klienta.

Wino pod choinkę

„Wine & Gifts. Nobilia

i Marek Kondrat polecają” to projekt marki Nobilia specjalizującej się w komponowaniu delikatesowych koszy upominkowych oraz sieci specjalistycznych sklepów z winami Winarium. Marek Kondrat i Syn, który wystartował w 2008 roku.

Współpraca w ramach projektu obejmuje zarówno tworzenie wspólnej oferty dla klienta biznesowego, jak i podejmowanie działań o charakterze pro-

mocyjnym. Efektem współpracy są delikatesowe kosze upominkowe, w których jedną z atrakcji

oprócz ekskluzywnych słodczy oraz produktów gourmet food są najwyższej jakości wina rekomendowane przez Marka Kondrata i sprowadzane w limitowanych seriach wyłącznie na potrzeby oferty Nobilli. W tym roku na szczególną uwagę zasługuje możliwość personalizacji etykiety wina.

