



Obsah vede

**(Aneb jak doručit obsah v době
on/off economy)**



Jakákoli reklama má dvě složky:

obsah

a formu



Obsah jsou informace o produktu (službě, výrobku, značce, společnosti, politické myšlence, sociálním problému, zprávě...).

Fakta.



Forma je...

...forma.

**Způsob, jak dostat ty správné informace
k těm správným lidem.**



**Obsah je stále týž.
Informace pro lidi.
Setkávající se s jejich potřebami.
Které jsou také stále ty samé.**

Forma se mění.



Žijeme v době on/off economy.



Produktová parita.

Obrovský výběr.

30 značek jogurtů.

Stejná nabídka od všech bank.

50 televizních programů.



Web 2.0.



Mobily.

**12 milionů mobilů
na 10 milionů obyvatel.**

3G se blíží.



1984 – sto komerčních vzkazů denně

2004 – 3 000 komerčních vzkazů denně



**V dobách on/off economy
působí dvě protikladné síly:**

**Více a více informací.
Stejně času.**



**Padesát televizních programů,
stejný čas na jejich sledování.**

**Desaterý noviny,
stejný čas na jejich čtení.**

Internet...



Existují jen dva stavy:

On a Off



Prst na vypínači má zákazník.



Nejste zábavní? Off.

Nejste k věci? Off.

Nejste „cool“? Off

Nejste seriózní? Off

Nejste osobní? Off

Ne ve správný čas? Off

Ne na správném místě? Off



**Mají-li lidé absolutní kontrolu
a nedostatek času,
musíme si získat jejich pozornost.**



Pozornost se nedá koupit.

Pozornost si musíme zasloužit.



**Jediný způsob, jak si zasloužit pozornost,
je dělat takovou reklamu,
kterou budou chtít lidé sami vidět.**



**Pro něco takového je internet
ideální forma.**

Ale sám nestačí.



Nemyslete na formu.

Myslete na obsah.



**Pak použijte jakékoli médium
či technologii,
jak tento obsah doručit k lidem.**

Čím více, tím lépe.



Bud'te zábavní.

Umožněte lidem, aby se zapojili.



**Všechny úspěšné kampaně poslední doby
jsou multimediální.**

**Všechny doručují různými kanály
jeden jednoduchý vzkaz.**

Obsah.

Forma ho pouze podporuje.



Subservient Chicken pro Burger King



Ovečky od Vodafonu pro všechny



Sony Foam City
