

BBDO MOSCOW

B
B
D
O

M
O
S
C
O
W



Родионова Екатерина, группа 1115, ФМА



Агентство создает коммуникационные стратегии, разрабатывает творческие концепции для рекламы на телевидении и радио, в прессе, наружной рекламе, местах продаж.

В штате группы трудится около 600 сотрудников. BBDO Moscow является одним из самых продуктивных российских рекламных агентств. 90% всей рекламы, выпускаемой агентством, производится локально (т. е. не является адаптацией зарубежных кампаний). Это позволило агентству накопить уникальный опыт в разработке рекламных материалов для местного рынка.



Алекс Осборн

История создания



Брюс Бартон

BBDO Moscow основано в 1989 году. Аббревиатура BBDO состоит из инициалов основателей рекламного агентства Баттена, Бартона, Дерштайна и Осборна. Компания была сформирована для рекламного обслуживания Пепси-Колы, первого западного бренда, не только массово представленного в Советском Союзе, но и производящегося на его территории.

На данный момент BBDO Moscow входит в пятерку лучших европейских агентств глобальной сети.

Ценные секреты копирайтинга, которыми руководствовался Брюс Бартон

- Секрет №1 - Не продавайте товар, продавайте потребность, которую он удовлетворяет. Попробуйте выйти за рамки очевидного. Расскажите о своем бизнесе всему миру.
- Секрет №2 - Будьте экспертом в своей деятельности, профессионалом. Люди обожают экспертов. Станьте авторитетным экспертом.
- Секрет №3 - Рассказывайте притчи и рассказы. Рекламная кампания, облачённая в эмоциональную историю, имеет больше успеха, чем просто реклама.

- Секрет №4 - Дерзните бросить вызов. Мягко, чтобы не обидеть, убедительно, чтобы заставить.
 - Секрет №5 - Будьте искренни. Верите ли вы в то, что делаете и продаете? Если нет, зачем вы этим занимаетесь. Уважайте ваших клиентов и не считайте их дураками. Честность - лучший партнер в любом бизнесе.
 - Секрет №6 - Отдавайте всего себя. Принесите что-то в этот мир!
 - Секрет №7 - Оттачивайте своё мастерство. Стремитесь к эффективности, а не к эффектности.
-

Три принципа хорошего рекламного текста

В своем эссе, написанном в 1925 году, Бартон говорит, что хороший рекламный текст (это относится к рекламному письму) должен быть основан на трех принципах:

1. КРАТКОСТЬ
 2. ПРОСТОТА
 3. ИСКРЕННОСТЬ
-



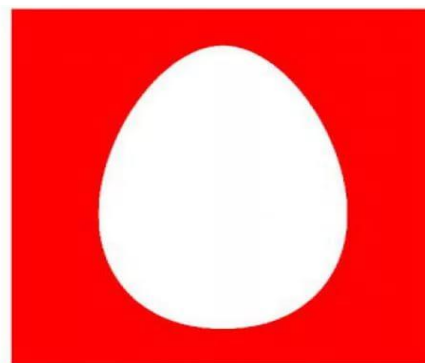
Mercedes-Benz



СБЕРБАНК РОССИИ



**АЗБУКА
ВКУСА**



Крупные клиенты

Рекламные кампании



— ОКЕЙ, ГУГЛ, КАК ЛЕЧЬ
СПАТЬ ПОРАНЬШЕ?
— 404 NOT FOUND.

— Ok Google,
how to go to bed
earlier?
— 404 not found.

phrase "OK, Google" became a cultural phenomenon.

Тариф Smart

ИНТЕРНЕТ
И ЗВОНКИ **200** РУБ
МЕС

МТС

Smart = Смарт. Подробности на www.mts.ru



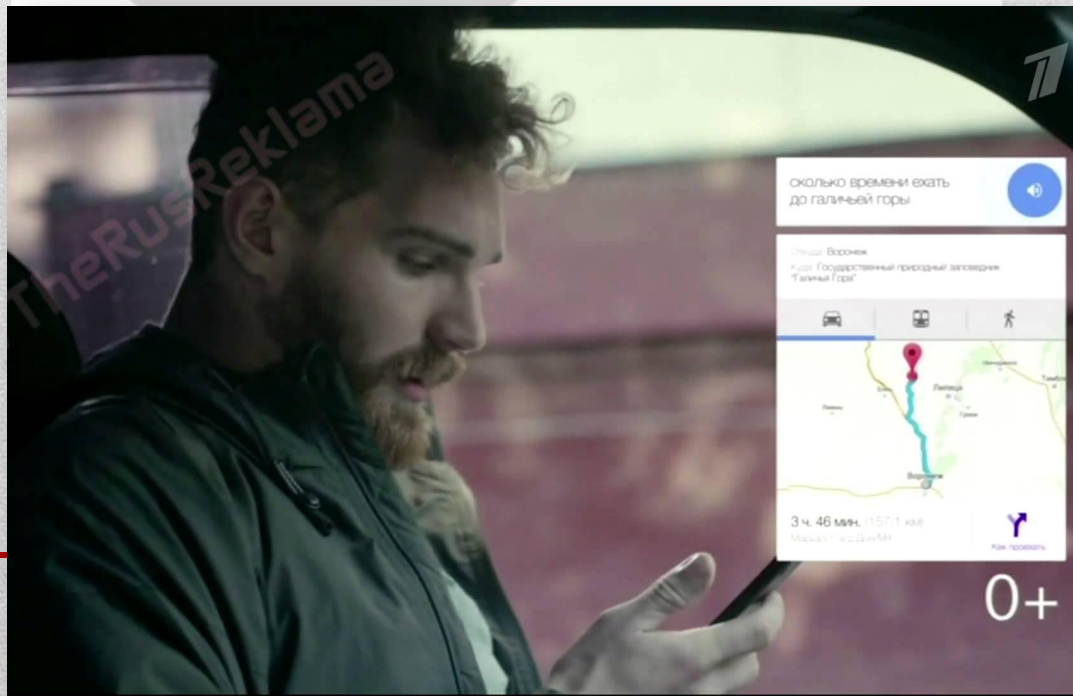
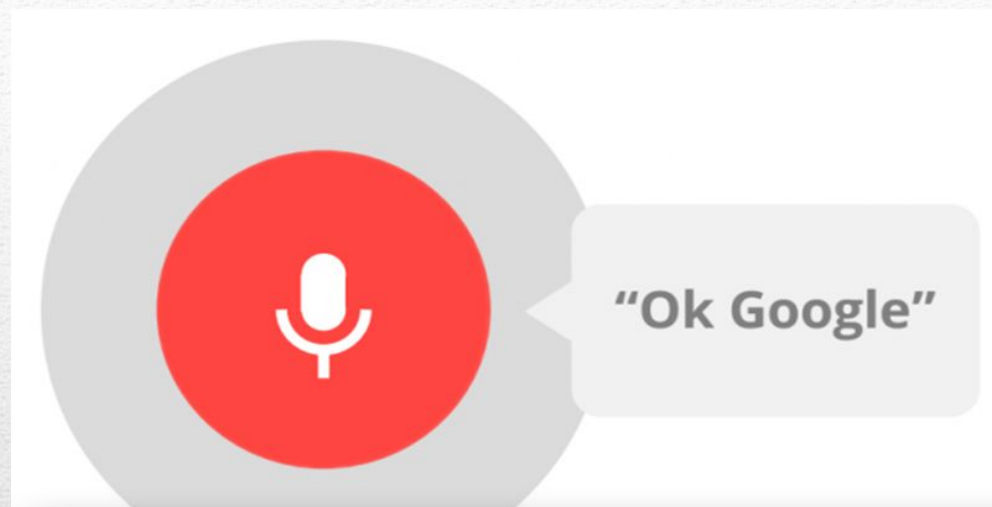
Встречайте весну со вкусом!

“Поговорите с Google”



“Поговорите с Google”

Реклама «Поговорите с Google» заслужила серебро в конкурсе Effie Awards Russia в номинации «Телекоммуникации, интернет и другие услуги связи». Кампания была основана на демонстрации возможностей мобильного приложения, используя самые популярные в России запросы для создания близких людям историй. По итогам кампании число запросов в поисковике Google достигло исторического максимума, а фраза «О’кей, Google» стала по-настоящему народной.



“ФрутоНяня”



