



Комментарий о рекламе для гламурного глянца

Скан из журнала.

Комментарий в заметке на сайте [тут](#).

COSMOPOLITAN

13 ЛЕТ В РОССИИ

Об этом
мы еще
не
писали!

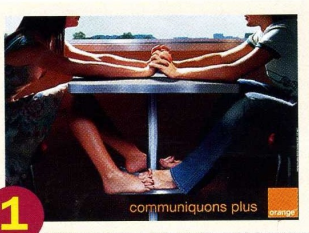




Виктор Копченков

совладелец консалтинговой группы "Троица", 3cg.ru

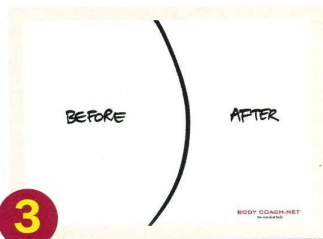
1. Нравится именно позитив и контраст с отечественной рекламой услуг мобильной связи (в отечественной рекламе вообще к потребителям не очень хорошо относятся).
2. Великолепно все. Очень емкое обращение, понятное с первого взгляда.
3. Просто. Емко. Понятно. Тонко.
4. Необыкновенно приятное решение, хорошо сфокусированное, позитивно работающее на аудиторию.
5. Бонус – реклама рекламы. В Новой Зеландии так продвигали размещение рекламы на показе "Немо". Очень хорошо все продали.



1



2



3



4



5

ТОП 5 МНЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ



Михаил Кошелев

арт-директор РА "Инстинкт" (BBDO)

1. "Она... или не она" – мужской слоган (краска меняет женщин до неузнаваемости).
2. Разом сделал компанию лидером на рынке на несколько лет.
3. Это не слоган, это философия двух поколений.
4. Только их же "Дыши, милая, дыши" может сравниться с этим.
5. "Время – это то, что ты из него делаешь" – лично меня эта фраза заставляет думать.

- 1 "DOES SHE... OR DOESN'T SHE" (КРАСКА CLAIROL)
- 2 "МЫ СТАРАЕМСЯ БОЛЬШЕ – МЫ ВТОРЫЕ" (АВТОМОБИЛИ AVIS)
- 3 "THINK SMALL" (И СНОВА VOLKSWAGEN BEETLE)
- 4 "БРИЛЛИАНТЫ НАВСЕГДА" (DE BEERS)
- 5 "TIME IS WHAT YOU MAKE OF IT" (SWATCH)