

Obsah

1. Úvod – kouzlo kreativity / 7

Síla kreativní reklamy / Vliv reklamy na společnost / Marketingový cíl – spokojenost zákazníka / Reklama – budoucnost lidstva / Poděkování / O autorovi

2. Příprava / 21

Tajná zbraň manažera / Vzorové zadání – kreativní brief / SWOT analýza – poznání a pochopení dané značky / Jedinečná podstata značky / Charakter značky, její tón a styl / Mezinárodní zkušenosti – unikátní slovník / Jak vyplnit brief / Brief funguje jedinečně jako výsledek týmové práce / Monitoring reklamních aktivit konkurence / Navazování na projektové řízení ve spojení s objednávkou klienta

3. Tvorba / 41

Kompletní návod na tvorbu originálních reklamních kampaní / 36 zaručených nejčastějších kreativních metod / Nejčastější úskalí při kreativní práci / Vliv a moc symbolů / Barvy a jejich energie / Obrazová složka reklamy – vizuál a jeho tvorba / Proč prezentovat nejprve nápady a teprve potom jít do detailů / Nejdůležitější rady, jak vymýšlet konkrétní reklamy / Nové kreativní cesty – nová média, nové možnosti / Vědomí souvislostí kreativní práce

4. Prezentace / 103

Umění prezentace – umění komunikace / Otázka investice – náročné rozhodnutí / Interní prezentace kreativní práce / Neverbální komunikace – řeč těla / Prezentace krok za krokem / Barvy a oblečení / Pomůcky / Kreativní prezentace – rozdíl mezi myšlenkou a následným ztvárněním / Prezentace a problémy – a jejich řešení

5. Rizika / 127

Hledání slabých článků řetězu – zadavatel reklamy a její tvůrce / Tipy pro klienty / Tip pro reklamní agentury – vyjednávání o ceně / Tip pro klienty i agentury – jak hlídat dodržování termínů / Schvalovací proces s reklamní agenturou a jak ho nastavit / Konflikt – a jak ho řešit / Umění řešit konflikt při obchodním jednání / Umění odmítat – jak říci rozhodně „ne“ bez pocitu viny / Umění požádat druhé o laskavost / Kritika oprávněná / neoprávněná, zasloužená / nezasloužená

6. Freelance / 143

Pravidla pro freelancery – jak se žije a pracuje na volné noze / Nestůjíte izolovaní v komunikaci / Ekonomická krize – radikální marketingová výzva / Specializované firmy pro freelance práci / Briefy a freelanči – jde to vůbec dohromady? / Finance jako otázka přežití / Jak najímat spolupracovníky a budovat tým / Pozor na pseudovýběrová řízení / Jak stanovit odpovídající cenu za kreativní práce / Kariéra – kudy dál

7. Charita / 157

Reklama ve službách dobra / Motivace pro práci v charitě / Zachovejte si důvěru – priorita číslo jedna / Prostor pro kreativitu / Cesta grantů a dotací / Morální rozměr spolupráce – přístup zadavatele charitativní reklamy / Nejnižší možný rozpočet a nejvyšší možný efekt / Prezentace pro potenciální sponzory / Konkrétní příklady – jak to jde, když se chce / Budoucnost charity

8. Značky, které tvoří dějiny reklamy / 169

Marlboro – nejslavnější kampaň všech dob / Benetton – konec jedné velké rebelie / Slogany – příběh ve zkratce

9. Efektivita / 181

Tajemství efektivy práce a kreativní tvorby / Projektový management není nuda ani nutné zlo / Strhněte své podřízené osobním příkladem / Týmová práce, nebo individuální? / Personální rady – investujte do zaměstnanců / Motivace celého týmu – anebo pouze motivace jednotlivců? / Otevřená platforma pro vymýšlení / Principy pozitivní motivace zaměstnanců / Principy kritiky – důrazné uplatnění negativní zpětné vazby / Učebnice demotivace, tedy kudy cesta nevede

10. Svědomí / 205

Morálka, podnikání a reklama / Ekonomická krize a nadspotřeba / Konzumní „videoklipovitá“ společnost a její masmediální principy / Jaký je vliv reklamy a masmédií na děti? / Lesk a bída sociálních sítí / Paradoxy dnešní doby

Závěr – happy end / 215

Příloha A / 220

Kreativní inspirace / Doporučená literatura / Pomůcky / Knihovnička

Rejstřík / 235