

Otestovali sme viac ako 2000 reklám, vytvorili sme viac ako 200 atribútov, podľa ktorých je možné reklamy rozdeliť a na základe analýzy a data science sme sa pozreli na to, ako funguje marketingová komunikácia a čo v reklame funguje.

KREATIVITA

Humor je jedným z najlepších prostriedkov na upútanie pozornosti

**ZAMERANIE REKLAMY**

“Novinka” ešte nemusí spôsobiť, že si zákazník reklamu všimne



Najvyšší záujem o kúpu vytvára časovo obmedzená ponuka

**SILA ZNAČKY**

Typický kreatívny štýl značky funguje lepšie než typické farby či fonty



Maskoti skórujú lepšie než celebrity vo všetkých oblastiach pri reklame, značke aj správaní



“Ňužu efekt” nezaručí, že reklama vynikne, ale zvyšuje potenciál dopadu na značku a zdieľanie



Kreatívu nie je možné zviazať poučkami!