



Wojtek
WALCZAK

Melting Pot

O młodych, którzy nie rozumieją starych.

**O MŁODYCH, KTÓRZY NIE
ROZUMIEJĄ STARYCH**

LOVE

STAROŚĆ NIE RADOŚĆ?

REKLAMA



IRON MAJDAN

**NOWY PROGRAM
OGLĄDAJ JUŻ TERAZ!**

tvn

WSZYSCY KIEDYŚ UMRZEMY

KEITH
RICHARDS

NA PEWNO?



STAROŚĆ TO MĄDROŚĆ



STAROŚĆ TO MOŻLIWOŚCI



STAROŚĆ TO PRZYWILEJ



Starość – dla marketingu - nie radość

Powód 1.: My, pracujący w marketingu i reklamie jesteśmy za młodzi, żeby ich zrozumieć.

Powód 2.: W działach marketingowych wszyscy głowią się i powtarzają „nie rozumiemy młodych”.

Powód 3.: Dla reklamy starość to problem.

Powód 4.: Dla człowieka starość to problem.

Powód 1: *My, pracujący w marketingu i reklamie jesteśmy za młodzi, żeby ich zrozumieć.*



Powód 2.: W działach marketingowych wszyscy głośnią się i powtarzają „nie rozumiemy młodych”.



Powód 3: Dla reklamy starość to problem.

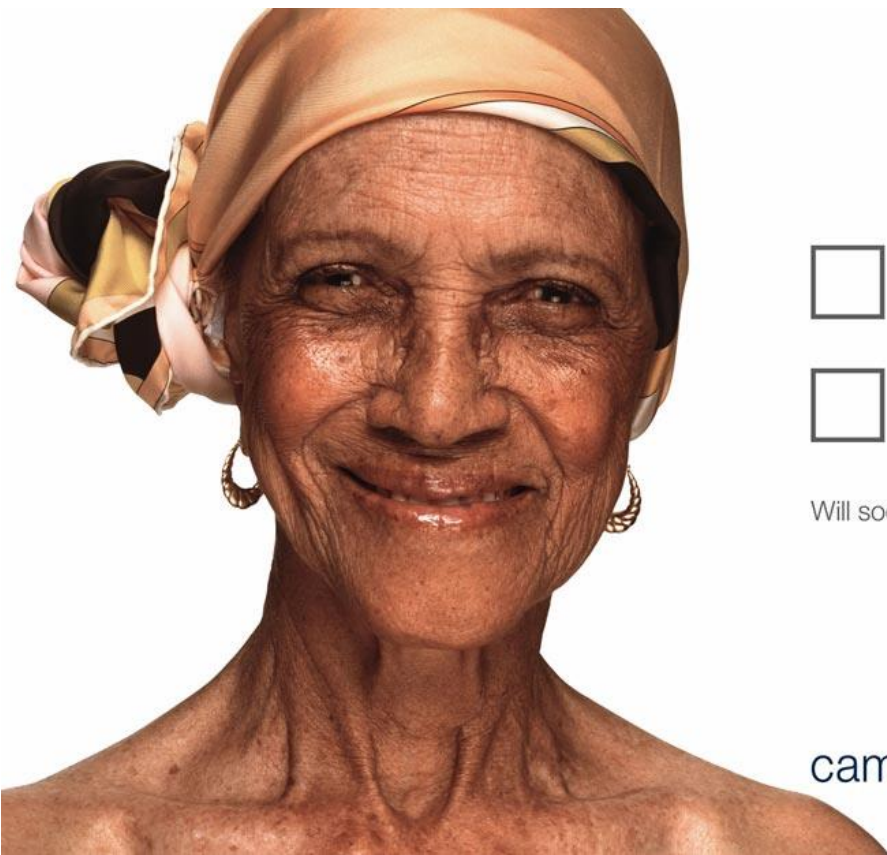


Powód 4: Dla człowieka starość to problem



DOVE

STAROŚĆ. DOBRZE WYGRANA TO RADOŚĆ. Z ZYSKÓW.



- wrinkled?
- wonderful?

Will society ever accept 'old' can be beautiful? Join the beauty debate.

campaignforrealbeauty.co.uk  | *Dove*

KAMPANIA „PRAWDZIWE
PIĘKNO” OD DOVE,
PRZYCZYNIŁA SIĘ DO BLISKO
700 % WZROSTU SPRZEDAŻY
W WIELKIEJ BRYTANII I 600 %
WZROSTU SPRZEDAŻY W
STANACH
ZJEDNOCZONYCH.

**melting
pot**
strategic collective

DOVE

STAROŚĆ. DOBRZE WYGRANA TO RADOŚĆ. Z ZYSKÓW.



- grey?
- gorgeous?

Why can't more women feel glad to be grey? Join the beauty debate.

campaignforrealbeauty.co.uk  | *Dove*

KAMPANIA „PRAWDZIWE
PIĘKNO” OD DOVE,
PRZYCZYNIŁA SIĘ DO BLISKO
700 % WZROSTU SPRZEDAŻY
W WIELKIEJ BRYTANII I 600 %
WZROSTU SPRZEDAŻY W
STANACH
ZJEDNOCZONYCH.

**melting
pot**
strategic collective

**SMUTNY FAKT.
MŁODZI TEŻ KIEDYŚ UMRAĄ.**

STARZY TO MŁODZI, TYLKO TROCHE ŚTARSI.

Jak śpiewał ostatnio mój 6 letni syn „Babcia to starsza dziewczynka, która kiedyś miała usta jak malinka”.

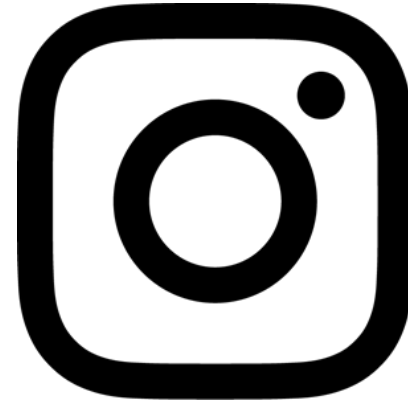
DEMOGRAFIA NIE DEFINUJE POSTAW

*Wszelkie raporty dzielą młodych na przynajmniej pięć różnych segmentów.
Patrząc w TGI widzimy cechy wspólne u tych po 20 i po 50.*

**POLACY 50+ TO 14-MILIONOWA
ZBIOROWOŚĆ, KTÓRĄ MARKETINGOWCY
UPARCIE I DO ZNUDZENIA WIZUALIZUJĄ
JAKO MASUJĄCYCH SWOJE OBOLAŁE
STAWY DZIADKÓW.**

**TO TAK JAKBY POKAZYWAĆ MŁODYCH TYLKO I WYŁĄCZNIE PRZEZ PRYZMAT
BEVERLY HILLS 90210.**

NAZWA
ZASTRZEŻONA



INSTAGERIATR
TO TYLKO KWESTIA CZASU.

**JAK TO ROBIĄ CI, KTÓRZY
WIEDZĄ TROCHĘ WIĘCEJ?**

Katmandu – ING Bank Śląski



Wenecja - APAP



Dove chocolate – each and every day



**A CO NA TO PAN
BOGUSŁAW LINDA?**

Geriavit Pharmaton



DZIĘKUJĘ I DO ZOBACZENIA PO 50-tce