

Vladimír Zikmund: V reklamních kampaních se snažíme otevírat témata, která nabourávají stereotypy ve společnosti

13.11.2024 - Kristýna Pružinová | Fakulta sociálních věd UK

Na jaké nejviditelnější reklamní kampani pracoval? Jak se při natáčení spotů pracuje s dětmi či zvířaty? A jaké jsou poslední trendy v reklamním průmyslu?

Do další epizody podcastu De Facto dorazil absolvent Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Vladimír Zikmund, který nyní působí jako kreativní ředitel v reklamní agentuře Zaraguza. Ve světě digitálního marketingu se pohybuje už téměř deset let a za svou práci získal řadu ocenění. V poslední době stál u zrodu úspěšných reklamních kampaní pro klienty jako Porsche, Škoda Auto nebo Burger King. Rovněž se podílel na reklamních spotech letošního ročníku Signal Festivalu.

„Samozřejmě už to není tak jednoduché, že bychom do reklamy dali pejska a díky tomu byla skvělá. Ano, je to určitý trik, jak si, řekněme, koupit pozornost určitých cílových skupin. Ale vždycky to musíte domyslet. Nebude automaticky fungovat jen to, že dám do reklamy pejska, který je cute. Musí dávat smysl i to, co k tomu daná značka říká. A musí to být ideálně nějakým způsobem spojené s tím, jak komunikuje, a s tím být popřípadě konzistentní. Víme, že třeba skvěle fungují maskoti a podobné věci. To znamená, když se tam nějaké zvířátko objevuje dlouhodobě, tak se určitě dá vybudovat nějaký emoční vztah s člověkem,“ uvádí Vladimír Zikmund v podcastu.

De Facto je podcast Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy o skutečném světě vědců a absolventů společenských věd. Vyučující, vědci a absolventi poutavě mluví o svém každodenním životě, práci a zkušenostech.

<https://fsv.cuni.cz/aktuality/vladimir-zikmund-v-reklamnich-kampanich-se-snazime-otevirat-temata-kt-era-nabouravaji>