

KANTAR

CREATIVE
EFFECTIVENESS
AWARDS **2023**

Den viktigste målgruppen for reklame, forbrukerne selv, utgjør juryen



Hva skal til for å vinne?



Short term sales likelihood

Sannsynlighet for å øke salg på kort sikt



Demand Power

Potensiale for å bidra til å øke merkestyrke

**Begge drives av
kraften i det kreative**

5 trender fra årets globale kåring

#1 Virkelighetsflukt

Skap en flukt fra virkeligheten ved å dra frem gode minner fra en annen tid, ved å fly inn i fremtidens tech-verden eller ved å invitere inn i en fantasiverden

#2 Berør sjelen

Emosjoner skaper sterke inntrykk og personlig tilknytning gjennom historiefortelling, lyd og opplevelser

#3 Gjør livet enkelt

Enkelhet i komplekse tider, smart utforming av budskap og integrering av merke for å redusere kompleksitet

#4 En bedre verden

Reklame som påtar seg sosialt og miljømessig ansvar og med en sterk følelse av positivitet

#5 Få folk til å smile

Moroa er tilbake i reklame, og budskap formidles gjennom humor mens du underholder seerne

Global winner: digital/sosiale medier

1



Cadbury Dairy Milk

'Garage 30s Digital' – VCCP – digital/sosiale medier, Canada

Global winner: TV

1



KFC (France)

[‘KFC Héritage’](#) – Havas Paris – TV, Frankrike

Best of Nordics



Norge: Topp 5



Nora & Anorak

«Så godt som hjemmelaget», TV



Norwegian Airlines & TRY

«20 year anniversary ad», TV



Twining's Superblends & So Bang

«30s Calm and Energise», TV



Freia & SMFB DINAMO

«Equity 1 Package», TV



Grandiosa & TRY

«Vi snakker ekte kjærlighet», TV



Norwegian Airlines & TRY, «[20 year anniversary ad 2022](#)», TV



Reklamen forteller en gripende historie om strutsens drøm om å fly, samtidig som den har en veldig sterk kobling til merket, som får lov til å innta rollen som «helten» i reklamen



Nora & Anorak, «[Så godt som hjemmelaget](#)», TV



Reklamen vekker gode minner og skaper nostalgiske følelser gjennom en koselig og morsom historie som får frem budskapet på en god måte



Cocio & The Barn, «[Cocio Hot, The Blizzard](#)», Digital



Med humor som virkemiddel får reklamen frem smilet hos oss samtidig som den viser at produktet er helten og løser behov



Lurpak & The Barn, «Bake up wonders», Digital



Reklamen bruker tiden effektivt til å vise frem alle underverkene du kan skape på kjøkkenet sammen med merket



Mer info og fullstendige nordiske lister med alle reklamer finner du på [våre nettsider](#)

Last ned hefte med mer om trendene og lenker til alle reklamer på global topp 10 (TV, digital, print/utendørs) på [kantar.com](http://kantarc.com)



LINK+

**Innovativ og fleksibel reklametesting,
tilpasset dine behov.**

LINK+ på Kantar Marketplace hjælper deg
med å lage sterke reklamer som øker
salgseffekt og bygger merkevareverdi.

KANTAR

Er du interessert i å vite mer om hvordan vi kan bistå med å utvikle effektiv kommunikasjon som driver salg og bygger merkevare – eller har spørsmål til noe av det vi gikk gjennom i dag? Kanskje noe annet du lurer på?

Ta kontakt!



Heidi
Stamgård

Fagleder, kommunikasjon

Heidi.Stamgaard@kantarc.com