

REVOlUTION

LOVE SELLS

Sie haben ihn sicher schon erlebt: Diesen magischen Moment, wenn klar wird, dass aus einem ersten, raschen Date etwas anderes werden könnte. Etwas, das größer, länger, schöner und aufregender ist, für beide Seiten. Aber was entscheidet über getrennte U-Bahnwege oder ein gemeinsames Taxi?

Das Geheimnis lautet: Umwerben statt bewerben. Und es gilt für alle Beziehungen, geschäftliche wie private: Dauerhafte Partnerschaften leben davon, dass man immer wieder ein erstes Date erlebt. Wir alle wollen von unserem (Geschäfts-)Partner verstanden, überrascht und immer wieder verführt werden. Aber auch aufrichtig geschätzt und immer wieder aufs Neue herausgefordert, das Beste in uns zu entdecken.

So agieren wir mit unseren Kunden (die wir ja viel lieber Partner nennen), um sie wiederum bestmöglich dabei zu unterstützen, ihre Kunden zu umwerben.



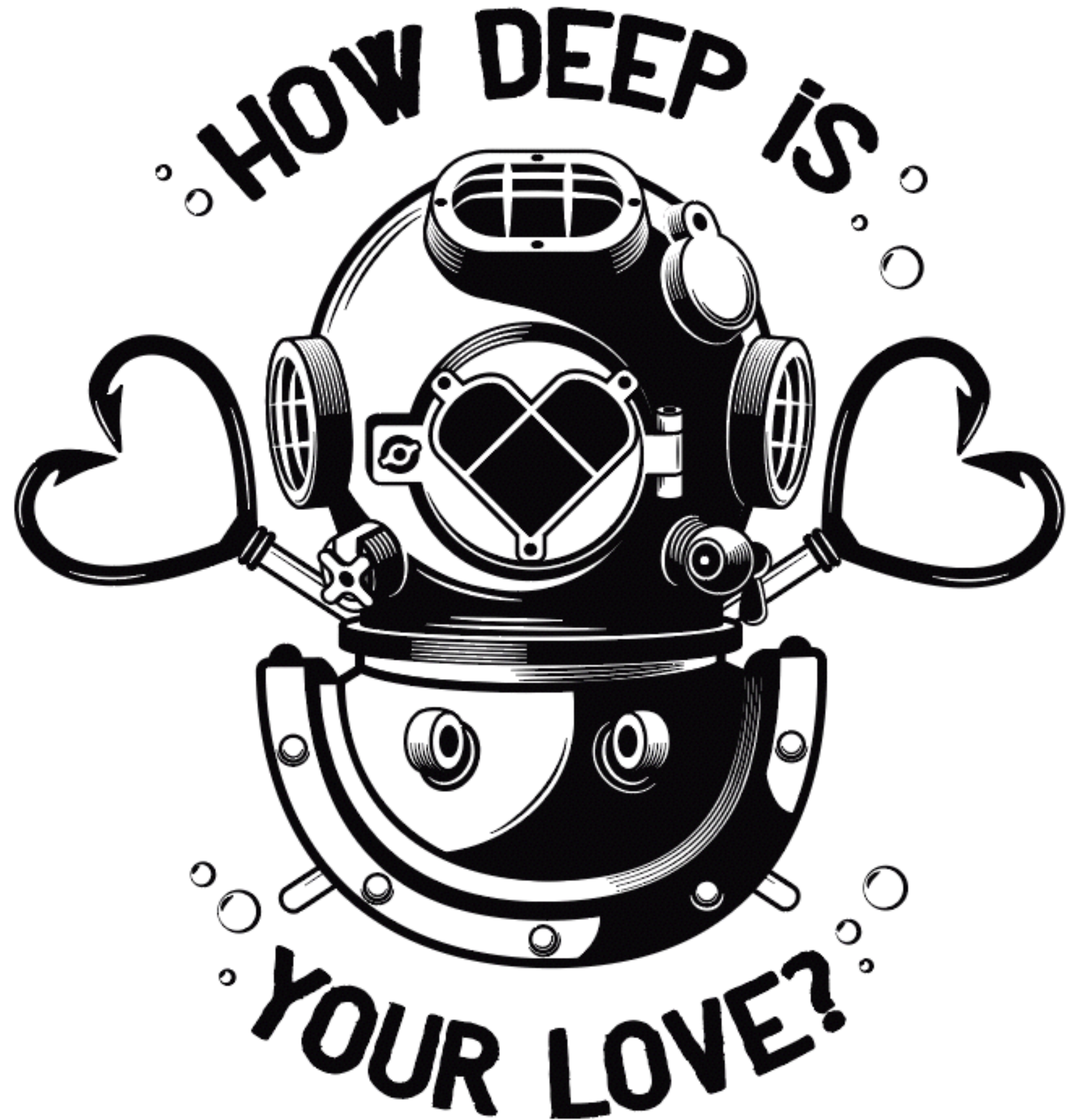
MAKE **LOVE**
NOT ADVERTISING.



HOW DEEP IS YOUR LOVE

Was einen einzigartigen Partner ausmacht, ist, dass er nicht nur interessant ist, sondern vor allem interessiert. Deshalb stellen wir sehr viele Fragen. Also, so richtig viele. Denn wir wollen nicht nur Sie gut kennen, sondern auch Ihre Kunden und deren Herausforderungen im Alltag, ihre Wünsche und Bedürfnisse. Umso besser können wir sie dort treffen, wo's gut tut: im Herzen.

Wenn man dieses Ziel erreichen will, ist eine sorgfältige Planung und Vorbereitung unumgänglich. Wer verliebt ist, steckt seiner Liebsten auch nicht einfach den nächstbesten Ring an den Finger. Die besten Heiratsanträge sind immer die, die spontan wirken, aber umso liebevoller geplant sind. Genauso wie die besten Kampagnen.



Es gibt jede Menge Interpretationen dieser charmanten Formel, unsere lautet einfach: Keep it surprising and supersexy. Oder noch genauer auf den Punkt gebracht: BIG, SIMPLE, RELEVANT. Nur so erreichen Sie die Zielgruppen, die Sie ansprechen wollen. Denn wenn sich dahinter nichts Spannendes vermuten lässt, hat selbst die bezauberndste Fassade schnell ausgedient. Oder der aufwändigste TV-Spot. Sie erinnern sich, was eine gute Beziehung ausmacht?



Auch Ihre Kunden wollen mit einer mitreißenden Story verführt und mit schönen Bildern verwöhnt werden. Aber vor allem wollen Sie sich durch unsere liebevolle Auseinandersetzung mit relevanten Insights verstanden fühlen. Nur dann werden sie Sie schlussendlich mit einem Kuss, äh, Kauf belohnen.

TTTTTOUCH

Wenn Sie jetzt ein paar Jahre, Monate, Tage oder Stunden zurückdenken, einfach an den Moment, in dem Sie sich zum letzten Mal verliebt haben – war es das große Ganze (perfekter Körper, beeindruckender Lebenslauf, Schwiegereltern außer Landes) oder das kleine Bezaubernde: die letzte SMS vor dem Einschlafen, die nachträglich in den Koffer geschmuggelte Lieblingsschokolade, das erste ehrliche Selfie ...

Es gibt jeden Tag zig Gelegenheiten das Herz eines Menschen zu berühren. Das gilt auch für Ihre Kunden. Lassen Sie also on- und offline keine Gelegenheit aus, ihnen zu zeigen, dass Sie an sie denken und wissen, was ihnen wichtig ist. Was dann passiert, ist die natürlichste Sache der Welt: Die Menschen verlieben sich in Ihre Marke.



LET'S DO IT

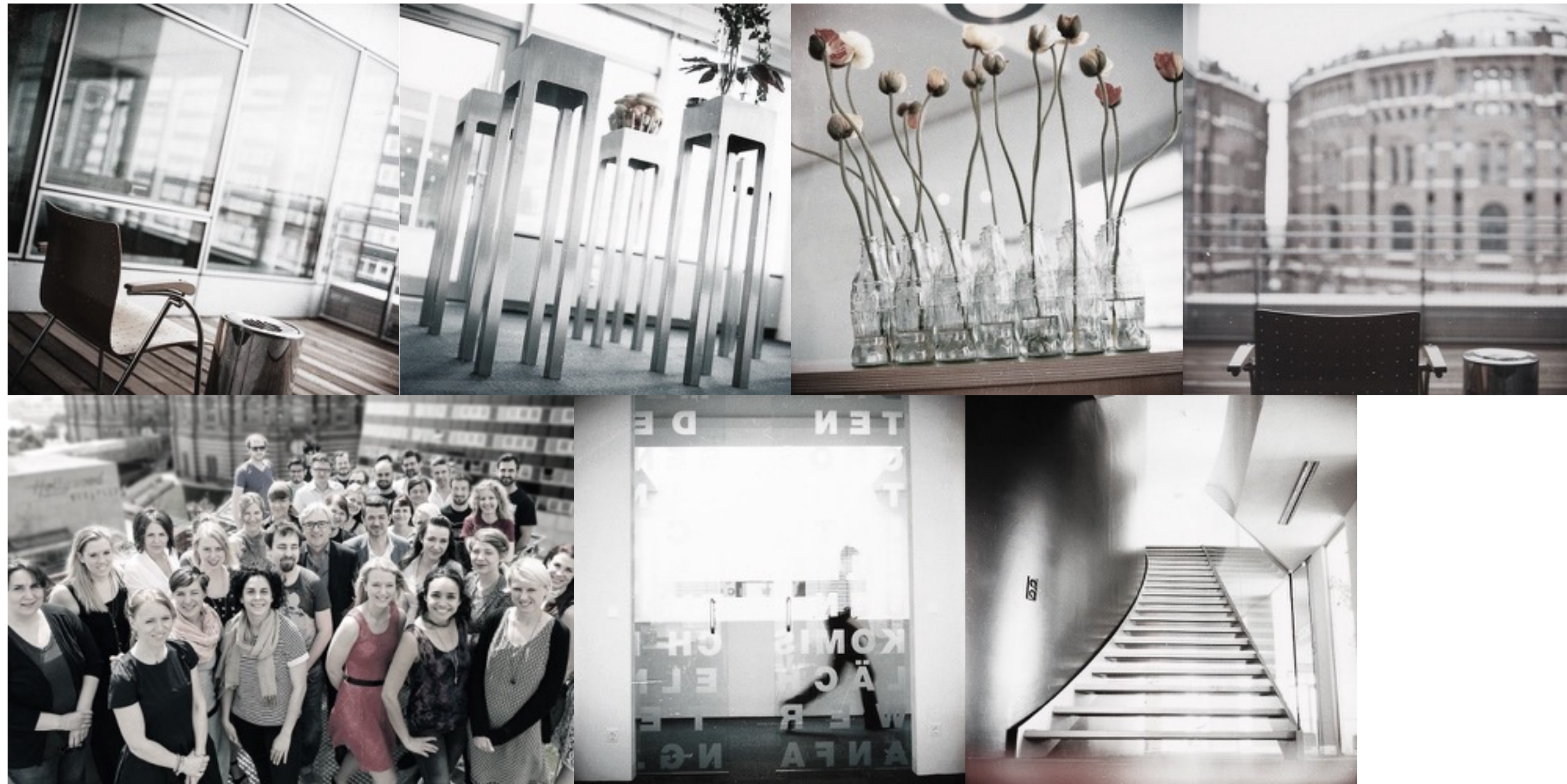
Denjenigen, die einem etwas bedeuten, macht man gerne Geschenke. Als solche betrachten wir auch unsere Ideen. Und wir alle wissen aus Erfahrung: Ein Geschenk ist nur so gut wie seine Umsetzung. Die von der besten Freundin selbst gestrickte Haube wärmt nicht nur die Ohren, sondern auch das Gemüt. Und die eigens gebastelte Karte zum ersten Jahrestag wird für immer in Erinnerung bleiben.

Darum sind Mitarbeiter von PKP BBDO auch sehr beharrliche Menschen. Weil wir vom P.S. in einem Brief bis zur Post Production eines aufwändigen TV-Spots immer das Beste wollen. Dass der zeitliche Einsatz dafür trotzdem nicht ins Unermessliche und Unbezahlbare steigt, dafür sorgt unsere jahrzehntelange Expertise.

ALL IS
FULL OF
LOVE



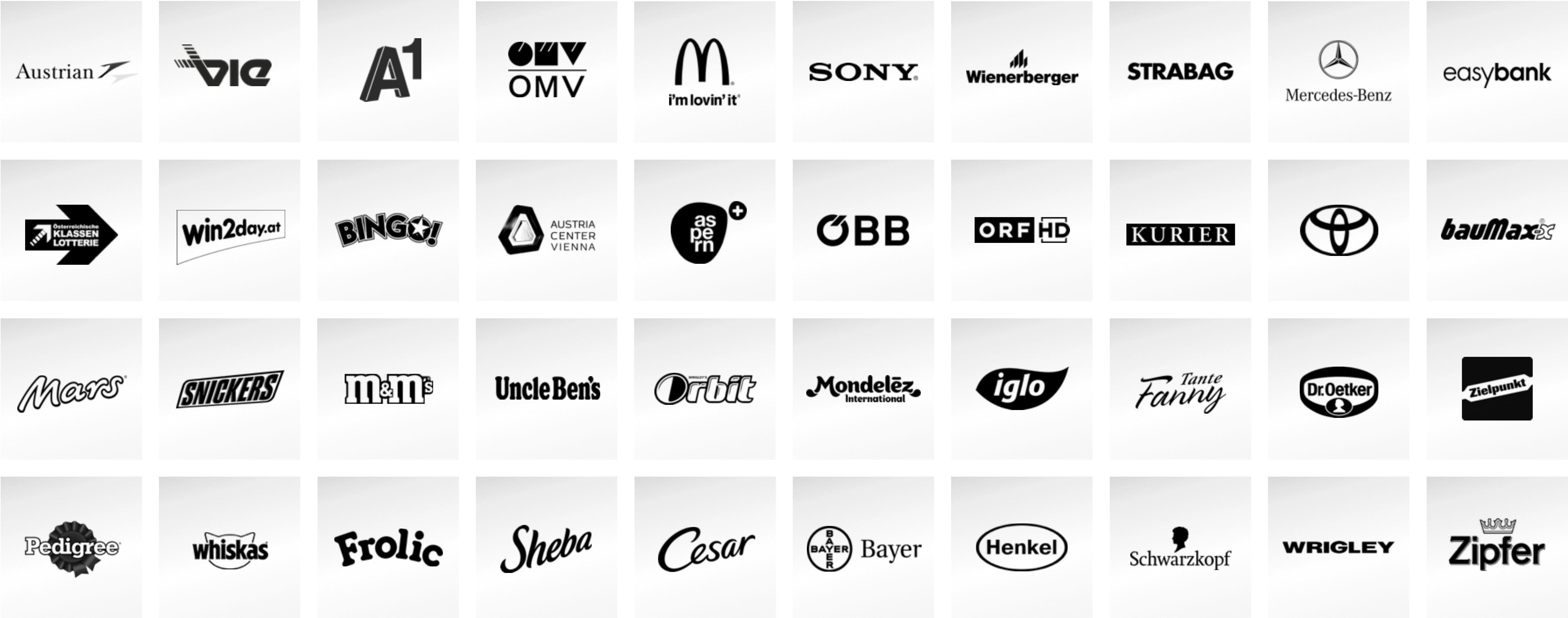
**Gegründet 1991 | 83 Mitarbeiter |
28 Kunden (4 CEE) | führend bei
integrierter Kommunikation |
Know-how aus dem Netzwerk
von BBDO worldwide**



Mit wem wir zusammenarbeiten?

Vertrauen ist die Basis des Erfolgs.

Über 25 Kunden vertrauen uns ihre Marken an, manche schon seit mehr als 20 Jahren











Grauer Star.

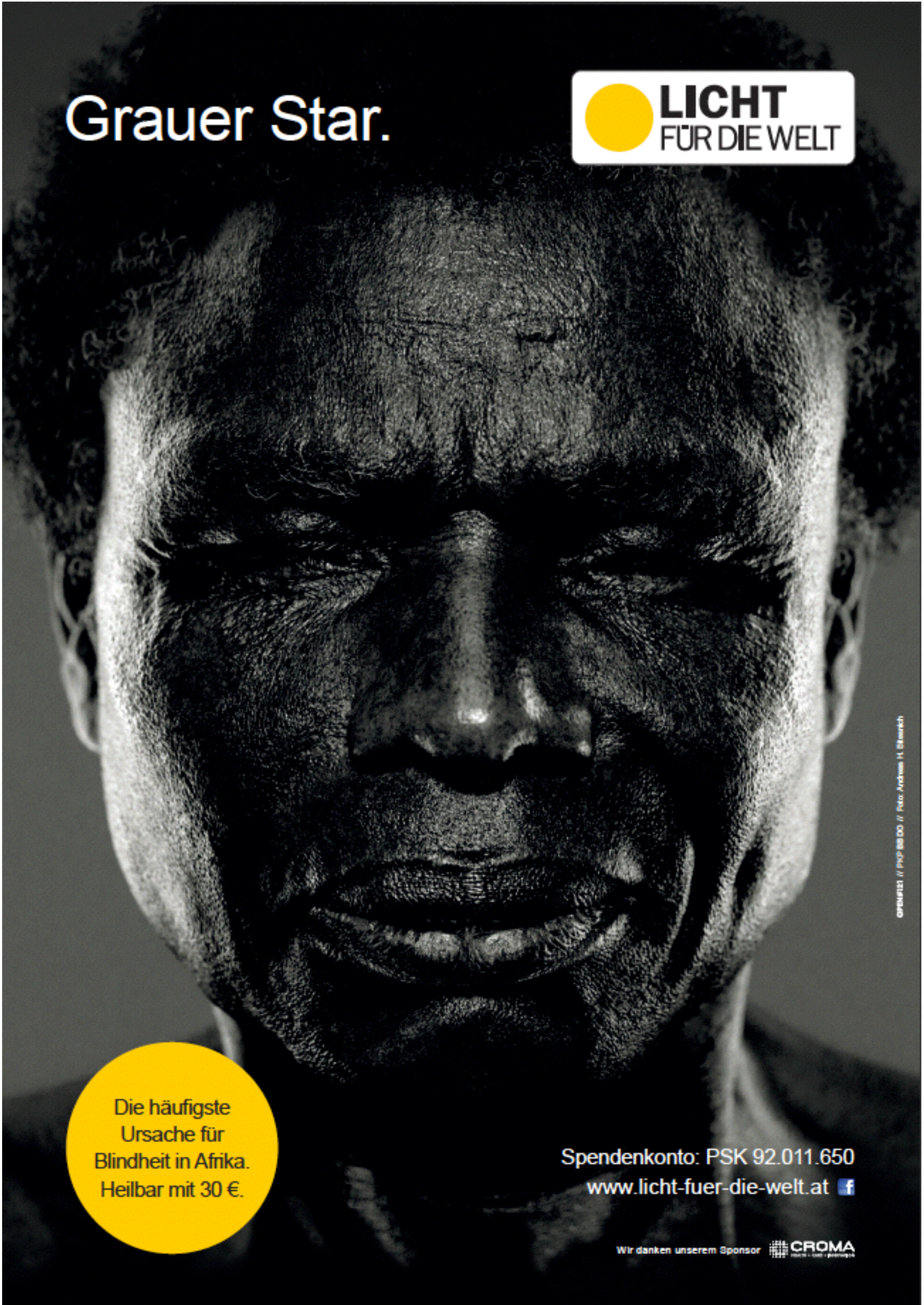
 **LICHT**
FÜR DIE WELT

Die häufigste Ursache für Blindheit in Afrika. Heilbar mit 30 €.

Spendenkonto: PSK 92.011.650
www.licht-fuer-die-welt.at 

Wir danken unserem Sponsor  CROMA

© 2014/15 / PNP B&DO / Foto: Andreas H. Elmerich



Grauer Star.

 **LICHT**
FÜR DIE WELT

Die häufigste Ursache für Blindheit in Afrika. Heilbar mit 30 €.

Spendenkonto: PSK 92.011.650
www.licht-fuer-die-welt.at 

Wir danken unserem Sponsor  CROMA

© 2014/15 / PNP B&DO / Foto: Andreas H. Elmerich

Licht für die Welt | Spendenaktion





**MIT NUR €30
KANNT EIN BLINDER
WIEDER SEHEN!**

Mit dem Kauf dieses Teddy helfen Sie LICHT FÜR DIE WELT beim Kampf gegen Blindheit in den Armutsgebieten unserer Welt. Nicht mehr braucht es, um einem an Grauem Star erkrankten Kind das Augenlicht zurück zu geben.

LICHT FÜR DIE WELT

**SIE HABEN
ES IN DER HAND!**



Nicht für Kinder unter 3 Jahren geeignet, wegen ablosbarer verschluckbarer Kleinteile.

**DANKE, FÜR IHRE
UNTERSTÜTZUNG!**

LICHT FÜR DIE WELT setzt sich für blinde, anders behinderte und von Behinderung bedrohte Menschen in den Armutsgebieten unserer Erde ein.

Im Jahr 2010 wurden 40.700 Operationen am Grauen Star ermöglicht und damit Menschen in Afrika, Lateinamerika, Südosteuropa und Asien, die sonst ihr Leben lang blind gewesen wären, Augenlicht geschenkt.



The cover of the Folder shows the „Blindenzeichen“: symbol for blindness in german speaking countries and familiar to everyone, 3 black dots on a yellow ground (two of the dots are real black buttons).





WENN DIR WAS AUF DER ZUNGE LIEGT.



Jetzt mitkauen und gewinnen!

Kauen Sie nach jedem Essen Orbit® Professional mit Mikrogranulaten. Für spürbar saubere Zähne.

Lust auf mobiles Entertainment der nächsten Generation? Beantworten Sie uns online ein paar Fragen zu dieser Aktion und gewinnen Sie mit ein wenig Glück 1 von 20 Video Walkman® von Sony!

www.orbit-umfrage.at

Sie können auch über den QR-Code auf der Rückseite der Packung teilnehmen.





WRIGLEY'S
Orbit®
PROFESSIONAL

WÜNSCHT GUTEN APPETIT.



UND NACH DEM ESSEN:



Jetzt Walkman® von Sony gewinnen!





Strategie & Planning

Wording, Branding & Design

Klassische Kommunikation

Direkt Marketing

Digitale Kommunikation

Web, Devices & Services

POS Design

Promotions

Product Development

Mitarbeitermotivation

