



## **BA Awards 2016 наградиха „Архитектите на промяната“ в маркетинговите комуникации**

*Третите награди на Българската асоциация на рекламодателите отличиха най-добрите постижения в сферата за изминалата година*

На 15 юни, на официална гала церемония в хотел „Радисън“, BA Awards 2016 отличиха най-успешните и иновативни кампании в сферата на маркетинговите комуникации. На събитието Българската асоциация на рекламодателите (БАР) награди архитектите на едни от най-силните брандове на пазара – маркетинговете, които превръщат идеите си в устойчива реалност както за индустрията, така и за цялото общество.

В третото издание на конкурса бяха връчени 9 награди в 6 категории – Нов продукт, Нова услуга, Ребрандинг на продукт, Подновяване на продукт, Продуктова иновация и Активиране на марка. 6 награди отличават най-успешните екипни постижения, а 3 – индивидуалния принос (2 на старши и 1 на младши маркетингови специалисти). Тази година журито на BA Awards имаше нелеката задача да оцени рекорден брой кандидатури – за престижните награди се състезаваха 36 проекта на 19 компании. Това е с 20% повече спрямо подадените в конкурс 2015г. общо 30 заявки.

След оспорвана конкуренция 16 проекта бяха селектирани за финала, а от тях с ценната статуетка бяха наградени кампании на Кока-Кола, Мобилтел, Пощенска банка, Белла, Загорка, Девин, Фокс Интернешънъл Ченълс България и pCloud.

Денислав Георгиев от Белла България получи награда за най-добър старши маркетингов специалист в категорията „Продуктова иновация“ за кампанията „Leki“ НОВИНИ – Кренвирш или шунка, това е въпросът!“. Награда за най-добър старши маркетингов специалист имаше и в категория „Активиране на марка“, където отличието спечели Елиза Грънчарова от Кока-Кола България за кампанията „Coca-Cola Happy Energy Tour“.

Индивидуална награда - за най-добър младши маркетингов специалист в същата категория отново отиде при Кока-Кола България и Георги Блъсков за кампанията „FANTA Play Tour“.

„Архитекти на промяната“ станаха и маркетинговите екипи на Мобилтел в категория „Подновяване на продукт“ за кампанията „Майка и баща“ и Пощенска банка в категория „Ребрандинг на продукт“ за кампанията „Кредит за отличници“.

Екипът-победител в една от най-оспорваните категории тази година, „Нов продукт“, стана този на Загорка за кампанията „Загорка Ретро пак е на мода“. Екипът на Девин и кампанията им „Доставка на вода до твоята кухня!“ бяха отличени в категорията „Нова услуга“.



В категориите „Активиране на марка“ и „Продуктова иновация“ с екипни награди от BAAwards 2016 си тръгнаха съответно ФОКС Интернешънъл Ченълс България с кампанията на Explore Bulgaria и National Geographic Channels – “Преоткрий България” и pCloud с „pCloud Crypto Hacking Challenge”.

“Третото издание затвърди конкурса “Наградите на БАР” като едно от най-важните събития в календара на професионалната общност, което отличава и подкрепя най-добрите практики в областта на маркетинговите комуникации ,“ – коментира Росен Мисов, изпълнителен директор на БАР.

(За контакти: име и телефон)

Спонсори:



Генерален медиен партньор:



Медийни партньори:

