

Každodenní e-mailová dávka vtipu a moudrosti.

Czech out Prague

Řekněme si to na rovinu: z hlediska marketingu nelze se slovem „republika“ nic moc udělat. Nejedná se o slovo, které by umožňovalo vytvářet chytré slovní hříčky pro reklamní účely. Když to poněkud vyhrotíte, mohli byste propagovat flámovací zájezdy v „Czech RePUBlic“ (pub = hospoda), ovšem země už tuhle fázi existence našťestí překonala. Pokud zvolíte vyumělkovaný slogan jako „Czech Republike“, jak se o to pokusila agentura CzechTourism, budou vás mít za blázna a ještě vyvstanou otázky, kdo za to dostal úplatek. Většina zemí se propaguje zářivým logem se svým názvem nebo jednoduchým heslem jako „Visit Sweden“. Agentura [CzechTourism](#) už přece pěkné logo s vlajkou měla. Když už měla potřebu k němu použít za každou cenu i slovní hříčku, měla se zaměřit na slovo „Czech“. Zkrátka něco jako „Czech out Prague“. Nebo ještě lépe: „Travel Czechlist: Prague, Český Krumlov, Karlovy Vary, Kutná Hora, Karlštejn“. Výhodou je, že seznam bude nekonečný.

Projekt
**Euro
Campus**
Česká republika

„Reaching tomorrow's leaders... Today“

Project Eurocampus guarantees permanent communication with university students in the Czech and Slovak Republic and brings its advertisers highly valued exposure to students.

INFOCENTRES – UNIBOARDS – MAGAZINE Eurocampus CR – PRODUCT SAMPLING
– STOCK MARKET CHALLENGE

www.eurocampus.cz

www.campuschallenge.eu