B2Blogger.com
маркетинг для бизнеса

http://b2blogger.com/pressroom/release/10686.pdf

Очередной плагиат или позор пивоваренной компании "Б..."

6 May , 2008 - Образовательный центр СТАДИ ФЛАЙТ | Просмотров: 425
Маркетинг, Реклама и PR Интернет Образование и Наука
реклама рекламная кампания слоган плагиат плагиаторы пивоваренная компания

Дорогие Друзья, Уважаемые коллеги, мы вынуждены отреагировать на очередной плагиат - не потому, что нам больше нечем занятья, но для того, чтобы ни у кого не оставалось сомнений в том, кто является вором (плагиатором).

22.05.2007 СТАДИ-ЭКСПРЕСС™ выпустил заметку под достаточно резким заголовком "Лучшее пиво - это водка, или снова про обучение за рубежом" в ответ на попытки двух известных компаний (популярная московская радиостанция и один из крупнейших производителей пива) использовать идею слогана СТАДИ-ЭКСПРЕСС™: "СТРЕМИШЬСЯ К ЛУЧШЕМУ? НАМ С ТОБОЙ ПО ПУТИ! ©". Этот слоган был создан и используется сайтом StudyExpress.ru с 2004 года. Любопытно, что прошло меньше года, и вот уже другая известная на всю страну компания - производитель пива решила, что плагиат - самый верный способ при создании слоганов. Обороты у пивных компаний не сравнить с оборотами образовательных компаний, тем более, таких, как ООО ОЦ "СТАДИ ФЛАЙТ" (владелец торговой марки СТАДИ-ЭКСПРЕСС), работающих в достаточно узком сегменте рынка, предлагающих сложные услуги по организации обучения за рубежом. Пивные коллеги правы в том, что судиться с ними даже из-за фирменного слогана никто не будет. Хотя, в данном случае доказать воровство было бы нетрудно. Однако, это не означает отказ воспользоваться своим правом объясниться и показать абсурдность того, что получается из плагиата. Рекламировать "дешевое" во всех смыслах этого слова пиво, используя слоган "Стремись к лучшему!" - это не просто отсутствие добросовестности. Это отсутствие вкуса и полное отсутствие здравого смысла. В заметке "Лучшее пиво - это водка, или снова про обучение за рубежом" от 22.05.2007 на StudyExpress.ru сказано: - ..."слова мы используем одни и те же, только в разном контексте они имеют разный смысл". В случае со СТАДИ-ЭКСПРЕСС™ слоган "СТРЕМИШЬСЯ К ЛУЧШЕМУ? НАМ С ТОБОЙ ПО ПУТИ! ©" точно отражает ситуацию и уникальные свойства сервиса - лучшее образование расширяет горизонты, передовые технические и организационные решения, предлагаемые проектом СТАДИ-ЭКСПРЕСС™, позволяют сэкономить время и средства, т.е. СТАДИ-ЭКСПРЕСС™ представляет информацию о лучших зарубежных учебных заведениях и образовательных программах и удобный, прогрессивный сервис при помощи передовых технических и организационных решений. А в случае с пивом "Б…" - слоган "Стремись к лучшему!" апеллирует к энтузиазму легко поддающихся внушению подростков моложе 18 лет, в своем большинстве еще не способных критически воспринимать и фильтровать ту лапшу, которая лезет со страшной силой в их головы с телеэкранов. "Итак, дорогие друзья и уважаемые коллеги - будем рассудительны. А плагиат пусть остается на совести рекламщиков компании "Б…", которых можно спокойно увольнять за профессиональную непригодность (пивоваренная компания "Б..." от этого только выиграет). Сейчас речь даже не об этике, не о плагиате и не об отсутствии фантазии. Незнание элементарного правила рекламы, согласно которому, фирменный слоган должен отражать УНИКАЛЬНЫЕ свойства продукта, попросту делает марку смешной в глазах здравомыслящих людей, а рекламную кампанию - не столь эффективной, как если бы был разработан действительно подходящий, собственный слоган." - предлагает Михаил Кудрявцев, директор ООО ОЦ "СТАДИ ФЛАЙТ" и руководитель проекта StudyExpress.ru. Смотрите также: [22.05.2007] Лучшее пиво – это водка, или снова про обучение за рубежом http://www.study-express.ru/news-50.htm Контакты: Михаил Кудрявцев, + 7 495 772-4865, english4u@ya.ru ООО Образовательный центр "СТАДИ ФЛАЙТ" (STUDY FLIGHT education) Москва 119002, Смоленский бульвар 24, офис 36