

Instytut Rozwoju Reklamy zwyciężył w ogólnopolskim Konkursie Kreacji w Reklamie Kreatura 2009/2010 w kategorii identyfikacja wizualna. Statuetka została przyznana za działania prowadzone na rzecz krakowskiej księgarni House of Albums.

Istniejąca od 2009 roku księgarnia **House of Albums** specjalizuje się w albumach oraz książkach ilustrowanych z różnych dziedzin. Księgarnia jako jedyna z nielicznych w Europie stworzyła przestrzeń umożliwiającą oglądanie rzadko spotykanych na rynku albumów oraz katalogów wystaw. House of Albums na stałe współpracuje również z krakowskimi muzeami i galeriami, podejmując również własne aktywności na rzecz popularyzowania sztuki.

Nagroda w konkursie Kreatury została przyznana za doskonałość w sztuce reklamowej, przejawiającą się na polu identyfikacji wizualnej. Rafał Maryńczak, Vice Prezes Zarządu w Instytucie Rozwoju Reklamy zauważył: „Obydwa te elementy charakteryzowały całość działań, prowadzonych za pośrednictwem różnorodnych kanałów medialnych. Obrana przez IRR strategia, zgodnie z misją Instytutu opierała się na założeniach spójności komunikacji marketingowej, której celem było podkreślenie tożsamości miejsca oraz propagowanie wartości kulturowych, wspólnych dla różnych grup docelowych zainteresowanych sztuką”.

Instytut Rozwoju Reklamy odpowiadał za wprowadzenie marki na lokalny rynek oraz całość działań związanych z komunikacją oraz identyfikacją wizualną House of Albums. Realizowane działania opierają się o rozwiązania wykorzystujące kilkanaście różnych kanałów komunikacji. „Nagroda jest jednym z dowodów uznania za działania, jakie Instytut Rozwoju Reklamy prowadzi już od kilkunastu lat. Dynamiczny rozwój marki w przeciągu ostatnich lat zawsze pozostawał w zgodzie z profesjonalizacją usług oraz nadrzędnym założeniem, że misją agencji jest wspieranie procesów marketingowych swoich klientów” wyjaśnia Bartosz Konopka, dyrektor zarządzający w IRR.

Działania na rzecz wizerunku House of Albums zakładają wyróżnienie miejsca spośród innych księgarni, jako doskonale wpisującego się w klimat Krakowa. Strategia komunikacji nastawiona jest na promowanie wartości kulturowych, które w znaczący sposób wpłynęły na kierunki artystyczne we współczesnej sztuce. Promocja miejsca jest oparta o organizowane wydarzenia kulturalne oraz spotkania z artystami. Działania o charakterze wizerunkowym, zakładające między innymi bezpośrednią komunikację z odbiorcą, są dodatkowo wspierane narzędziami marketingu niestandardowego, jak na przykład reklamą zewnętrzną na ścianach komunikacji miejskiej.

Jak wskazuje Katarzyna Marchel z VFP Communications, organizatora konkursu Kreatury: „Celem jest uhonorowanie dążenia do doskonałości w polskiej sztuce reklamowej. Prace oceniane są pod kątem oryginalności pomysłu oraz jakości jego zrealizowania”. O przyznaniu statuetki decyduje międzynarodowe jury składające się z przedstawicieli społeczności reklamowej, którzy reprezentują prasę branżową, a także międzynarodowe organizacje reklamy i mediów.

Instytut Rozwoju Reklamy