**Om tydlighet och Polarn och Pyret**

Kommunikation handlar egentligen om väldigt basala saker - det handlar om att fylla ett behov hos mottagaren, att bli sedd, att bli förstådd, att bli omtyckt, att känna en tillhörighet, att skapa en relation. Det är så enkelt men dock så fruktansvärt svårt att genomföra.

Strategin för en kampanj är kanske, extremt mycket förenklat, att det är en snyggt fotade produkter som skapar ett ha-begär och som lockar in folk i butiken eller kanske så vill man ändra attityd och beteende hos människor till exempel; åk kommunalt i stället för egen bil.

Jag kan så här på lite avstånd se att för många kampanjer släpps igenom för tidigt, där man nästan, nästan nått ända fram men missat med en millimeter eller två, (det händer mig ofta när jag spelar minigolf för övrigt) och kampanjen blir diffus.

Plattformen och stragein är perfekt formulerad men när den ska visualiseras så missar den där lilla, lilla detaljen som gör kampanjen helt fantastiskt och oemotståndlig.

Polarn o Pyrets kampanj är så bra tänkt men man missar målet, med den där millimetern. Alla som känner mig vet att jag älskar ungar och tycker att de är oemotståndliga i filmen men filmen är för abstrakt och gungorna gör mig "nalta åksjuk" som vi säger därifrån jag kommer. Jag förstår inte vad dom vill, engentligen, varför ska jag välja deras barnkläder?

Kampanjen är gjord av Futurniture. Det ska bli spännande att se hur filmerna följs upp och hur man knyter ihop budskapet om detaljerna av för kläderna - detaljerna som gör skillnad. Jag blir glad om jag kan omändra mig.

Källa: Dagens Media: http://www.dagensmedia.se/nyheter/kampanjer/article71290.ece