

## **Daži interesanti komentāri:**

[www.laacz.lv](http://www.laacz.lv) , 2008.05.30. 10:36

„...Otrs, daudz neticamāks variants - viss šis ir izplānots. Gan reakcija uz reklāmām, gan viss pārējais. Kāda nenormāli liela smadzene ir visu paredzējusi un kaut kas vēl sekos tieši tā, kā tas ir iedomāts. No sākuma ļauj tautai papērties, tad norimt, un pēc tam ar pilnu jaudu iepūst sejā patiesību.”

<http://jerry.mix.lv>, 28.05.2008

„...Jau dažas dienas latvju internets ir pilns ar spekulācijām par un ap jaunieviestu vārdu savienojumu "ātruma polise", par kuru neviens neko līgā nezina. Interesantākais te ir cits - novērojumi rāda, ka runāšana par šo tēmu jebkuru tās veicēju dara traki populāru. Vai gribat būt pirmie google meklēšanā? Hei, nav nekā vieglāka!...”

Delfi, Numur1.lv, [nr1@numur1.lv](mailto:nr1@numur1.lv), 04.06.2008 14:43

„Tas ir augstākais PR un komunikāciju tehnoloģiju sasniegums kā pašlaik BTA gadījumā - ar zero budžetu uztaisīt labāko reklāmas kampaņu BTA vēsturē ever. Paldies žurnālistiem, protams. Līdzīgi kā numura zīmes apdrošināšana, ko arī BTA piedāvā teju vai vienīgie.”

Fikssais, 04.06.2008 17:34

„Šī ir viena no pēdējā laika ģeniālākajām kādas kompānijas reklāmas kampaņām. Iedomājieties tik - cik naudas vajadzētu ieguldīt kādai kompānijai lai panāktu šādu savu publicitāti - BTA ir visur avīzēs, internetā televīzijā, par viņiem tiek runāts/nosodīts/ visaugstākā līmenī... Vai tiešām nevienam neienāk prātā, ka tas ir veikls reklāmas triks? Nu neapdrošina pret ļaunprātīgu un lielu ātruma pārsniegšanu...arī soda punktus nenogēms apdrošinātāji...bet visa valsts, ieskaitot iekšlietu un satiksmes ministru un īpaši CSDD amatpersonas reklamē BTA. Fantastika!! Prēmija BTA būtu jāpiesķir ne mazā šī ģeniālā āķa izgudrotājam!”

Dienas bizness

Ilmārs V, 05.06.08 01:17

„Var daudz diskutēt par to, kas ir šis produkts un kāds no tā reālais labums vai ļaunums klientiem un kompānijai, bet priekš BTA šī ir lieliski izdevusies PR kampaņa.

....

Arī iepriekšējās, piem., Nemaksā Latvijā Eiropas cenu, Veči atvainojiet (Dāmu polise) un Kasko bedres guva profesionāļu neviennozīmīgu, taču no mērķa auditorijas puses, pārsvarā pozitīvu vērtējumu. Patīk tas kādam vai ne.

... Ar to tad arī apsveiksim BTA reklāmas un citus menedžerus. No šī akmens sviediena mūsu aizaugušajā dīķītī BTA tikai iegūs.”

Tautas Balss, Diena

Ojārs

„...Bet vispār „BTA” ir malacis, arī ar polisi braukšanai tikai Latvijā, neskatoties uz pārējo kompāniju visai pamatotajiem iebildumiem, viņi trāpīja mērķī. Visu cieņu mārketinga personālam, tagad viņi turpina savu provocējošo, visnotaļ aktīvo un agresīvo reklāmas kampaņu!”