



Specifické formy marketingu

Ladislava Kuchynková

Guerilla marketing

Pojem „guerilla“ z Lat. Ameriky pro označení partyzánských jednotek

→ tzv. **partyzánský marketing**

Šokující, extravagantní, vyskytující se na neobvyklých místech

Původně nízkonákladová forma ideální pro menší a střední firmy

Jay Levinson (1984): Cílem je dosahování běžných cílů nekonvenčními metodami

Nepsané pravidlo: **Nečekaně udeřit, zaměřit se na konkrétní cíle a rychle se stáhnout zpět!**



Guerilla marketing



ORIGINÁLNÍ NÁPAD



ČASOVÝ RÁMEC



NEČEKANÉ UMÍSTĚNÍ



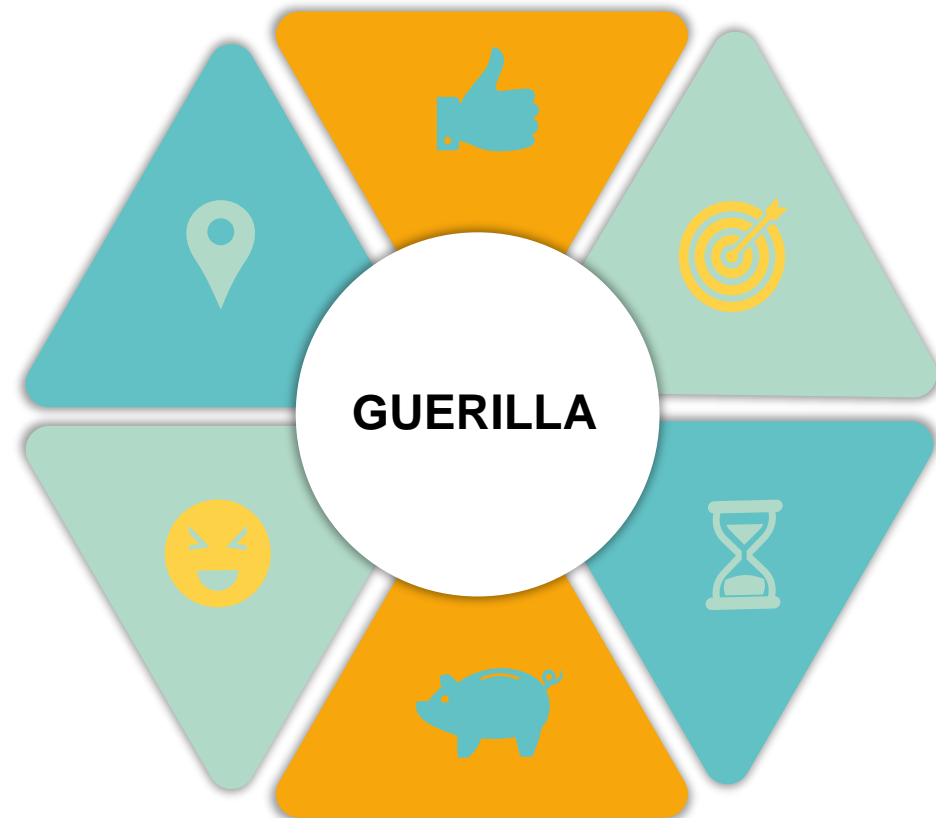
JEDNODUCHOST



HUMOR, EMOCE



NIŽŠÍ NÁKLADY



Různé formy

AMBIENT

NETRADIČNÍ MÍSTA
PRO REKLAMU

VYVOLÁNÍ ROZRUCHU

BUZZ

MARKETING

CLEAN
GRAFFITI

DOČASNÉ OBRAZY
NA ULICI

MARKETING PARAZITUJÍCÍ
NA REKLAMĚ JINÝCH

AMBUSH

MARKETING

VIRÁLNÍ
MARKETING

MARKETING NA
SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

UMÍSTĚNÍ PRODUKTŮ
VE FILMU APOD.

PRODUCT
PLACEMENT

FLASH MOB

ZÁBAVNÁ AKCE NA
VEŘEJNÉM MÍSTĚ

UŽÍVÁNÍ PRODUKTŮ
ZNÁMOU OSOBNOSTÍ

UNDERCOVERD
MARKETING



Ambient



Clean graffiti



Ambush marketing



Product placement