

# KOMUNIKAČNÍ KAMPANĚ OD A DO Z

XINHUA  
NEWS AGENCY



LG

LATE  
TATER



LATER  
TATERS



ICE & VICE 5%  
CRAFT ICE CREAM TO CHARITY  
1 SCREEN FOR ICE CREAM



OLD NAVY

# Ivo Mareček

ivo.marecek@unicreditgroup.cz

MUNI  
ECON

UVIC

T



//A





## Studenti



## Absolventi

**Přednášky/cvičení**

**Doučování**

**Mentoring &  
Coaching**

**Konzultace  
BP/DP/projektů**

**Odborné kurzy**

**Bankovní dny**

**Praxe/stáže**

**Kariérní  
poradenství**

**Inspirativní  
přednášky**

**Inzerce**

**Společná setkání**

**Projekty**

## RETAIL

Personal banking  
Private banking  
Small Business  
Marketing

## COO

Project management  
Produkty  
Security  
Infrastruktura

## CENTRÁLA

Audit  
Risk  
Compliance  
Accounting  
ALM  
AML  
Finance  
ESG

## CORPORATE

Corporate banking  
Záruky a akreditivy  
Treasury  
Dealing  
Structured finance  
Real estate  
M&A  
ESG

<b>Strategický mediální plán</b>	<b>01</b>
<b>Market research</b>	<b>02</b>
<b>Business case</b>	<b>03</b>
<b>Brief</b>	<b>04</b>
<b>Média</b>	<b>05</b>
<b>Kreativa</b>	<b>06</b>
<b>Vyhodnocení</b>	<b>07</b>

## **Marketing UCB**

Zadání kampaně, řízení celé kampaně, koordinace agenturních týmů.

## **Výzkumná agentura**

Situace na trhu, vnímání značky a další výzkum před zahájením kampaně (případně i po skončení).

## **Mediální agentura**

Nákup reklamy, vyjednávání s media housy, správa a optimalizace kampaní.

## **Kreativní agentura**

Vizuální podoba reklamních kampaní.

Propozice – téma kampaně

**Akvizice nových klientů ze segmentu OSVČ a malých a středních podnikatelů.**

**Podpora vnímání UniCredit Bank jako značky, která je vhodná pro malé a střední podnikatele.**

# Strategický mediální plán

01

02

03

04

05

06

07



# Parametry pro roční mediální plán

- **Segment**
- **Nový/stávající produkt**
- **Standardní/unikátní produkt**
- **Nastavení cílové skupiny**
  - **Socdemo**
  - **Insights cílové skupiny** - např. uvažují o škálování firmy v nějakém časovém horizontu
  - **Nastavení specifik pro konkrétní cílovou skupinu** – např. se pohybují tam, kde jiní ne
- **Nastavení KPIs** – awareness, reach, vnímání značky, trial, purchase intent,...
  - Ideální KPIs by měly být změřené před kampaní a potom se měřit po kampani
- **Cenové podmínky** – pokud mají klienti nějaké individuální dealy nebo používáme průměrné ceny, sezónnost etc.
- **Možné vyloučení mediotypu**, pokud klient nechce nebo nemůže něco používat (např. legislativa zakazuje)
- **Speciální okolnosti** – např. MS v hokeji, volby atp.
- **Sezónnost** – kvůli např. osvětlení OOH ploch

# CCS Panel

The CCS Panel is a unique consumer behaviour research that Dentsu conducts in more than 65 countries around the world. In the Czech Republic and Slovakia, we conduct this research every year in cooperation with Median.

The data we gather from this research uniquely connects the world of consumers, media and brands, allowing us to find and create insights.

2010

launch

3000

Respondents

88

Touchpoints

16

Digital activities

GLOBALY CONSISTENT,  
IN-DEPTH & CONNECTED INSIGHT



Demographics



Opinions & Personality



Consumer Journey



Hobbies & Activities



Media Consumption



Media Roles



Media Effect

CUSTOMIZED SEGMENTS AND JOURNEYS



Usage & Attitude



Journeys



Segmentation



Customer

INTEGRATED INTO OUR TOOLS

Explorer



TV & Video Activation



Planner



Connected Activation

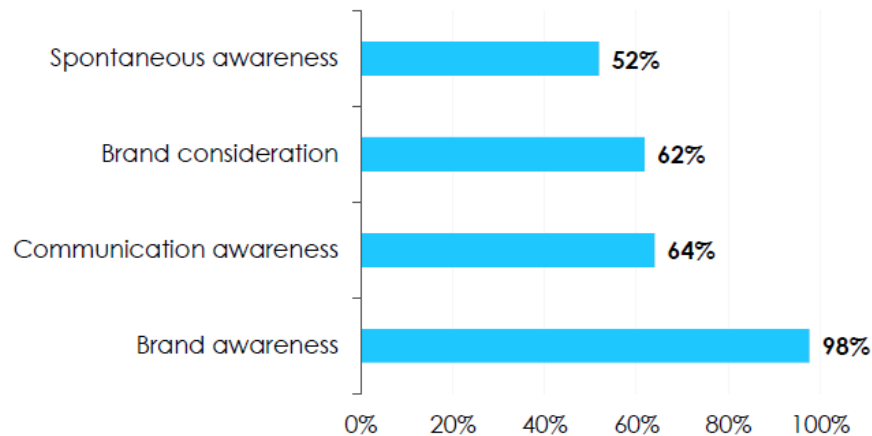
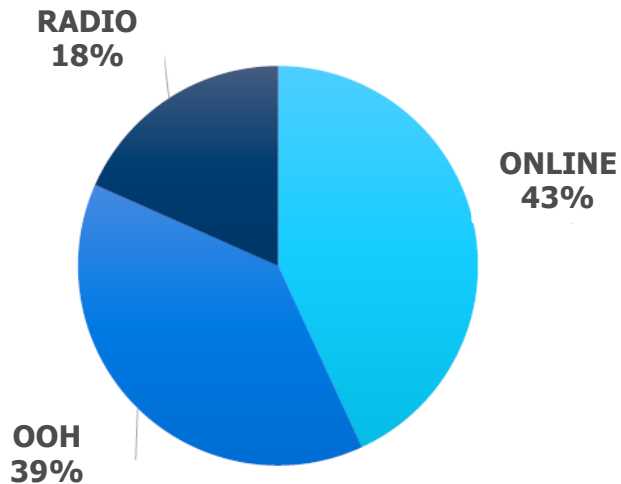


# MML-TGI

MML-TGI (Market & Media & Lifestyle – Target Group Index) je komplexní studie o spotřebě více než 300 typů výrobků a služeb a 3 000 jednotlivých značek s napojením na údaje o sledovanosti televize, poslechu rozhlasu, čtenosti tisku a práci s internetem. To vše je doplněno podrobnými údaji o životním stylu.



# Výstupy z CCS Planneru



- **Spontaneous awareness** – % respondentů, kteří si značku spontánně vybaví
- **Brand consideration** – % publika zvažující nákup/používání značky
- **Communication awareness** – Povědomí o reklamě nebo komunikaci značky
- **Brand awareness** – Povědomí o existenci značky

# Market research

01

02

03

04

05

06

07

# Business case

01

02

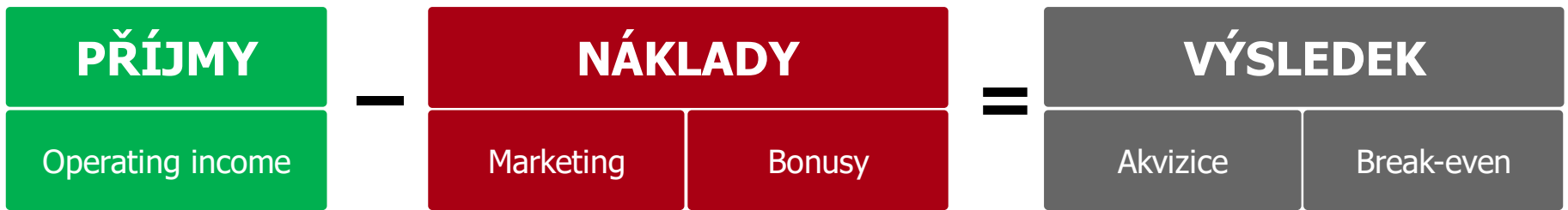
03

04

05

06

07



# Brief

01

02

03

04

05

06

07



# Obsah briefu

- **Název kampaně**
- **Timing**
- **Rozpočet**
- **Pozadí, situace na trhu, výzvy**
- **Kampaňové cíle**
  - **Obchodní**
  - **Marketingové**
  - **Komunikační**
- **Detailní popis produktu / USP**
- **Hlavní sdělení kampaně**
- **Vedlejší sdělení kampaně**
- **Co podporuje hlavní sdělení**
- **Tón komunikace**
- **Cílová skupina**
- **Klíčový insight cílové skupiny**
- **Rozsah kampaně – mediální formáty**
- **Povinné prvky**
- **Výstupy**
- **Další podrobnosti**

# Média

01

02

03

04

05

06

07

## Strategický mediální plán

Brief

MP

Buying

TP

Adserving

Nasazení

Spuštění  
Měření

Optimalizace

Vyhodnocení

**Brief**

Account  
Klient

## Strategický mediální plán

Brief

MP

Buying

TP

Adserving

Nasazení

Spuštění  
Měření

Optimalizace

Vyhodnocení

# Mediaplan

Account  
Media planner

Klient

# Mediaplan – outdoor

Dodavatel	Lokalita	Osvětlení	Format	Období	období týden/měsíc	Počet ploch	Průměrná cena za plochu
-----------	----------	-----------	--------	--------	-----------------------	-------------	----------------------------

# Mediaplan – outdoor

Cena gross	Sleva %	Sleva Kč	Cena Net Net	fee %	fee Kč	CNN / pronájem
------------	---------	----------	--------------	-------	--------	----------------

# Mediaplan – outdoor

<b>Produkce</b>	<b>Instalace mimo termín</b>	<b>CNN Total</b>	<b>DPH</b>	<b>Total včetně DPH</b>
-----------------	----------------------------------	------------------	------------	-------------------------

# Mediaplan – online

Server

Formát

Umístění

Počet jednotek  
celkem za období

CTR

Kliky

Cena za  
jednotku  
(ceniková)

Cena za  
jednotku  
(po slevě)

Ceníková cena

Klientská  
sleva

Client net  
cena bez DPH



# Mediaplan – online

2024											
Fee	Client net net cena bez DPH	Client net cena vč. DPH	ÚNOR	BŘEZEN					DUBEN		
			w9	w10	w11	w12	w13	w14	w15	w16	w17
			26.2.-3.3.	4.3.-10.3.	11.3.-17.3.	18.3.-24.3.	25.3.-31.3.	1.4.-7.4.	8.4.-14.4.	15.4.-21.4.	22.4.-28.4.

## Strategický mediální plán

Brief

MP

Buying

TP

Adserving

Nasazení

Spuštění  
Měření

Optimalizace

Vyhodnocení

# Media buying

Account  
Media planner/buyer

## Strategický mediální plán

Brief

MP

Buying

TP

Adserving

Nasazení

Spuštění  
Měření

Optimalizace

Vyhodnocení

# Technické specifikace

Account  
Media planner  
Kreativní agentura

Dodavatel	Název formátu	Umístění	Rozměr	Podporovaný formát	Maximální datová velikost	Speciální požadavky
-----------	---------------	----------	--------	--------------------	---------------------------	---------------------

## Strategický mediální plán

Brief

MP

Buying

TP

Adserving

Nasazení

Spuštění  
Měření

Optimalizace

Vyhodnocení

# Adserving

Account  
Ad specialist  
(RTB specialist,  
social specialist,...)  
Analyst

IVA ŠPAČKOVÁ



V Česku umí v rámci vteřin převést peníze 14 bank. V rámci EU však budou muset i ony vynaložit velké náklady na ochranu „čistých“ transakcí.

26. 2. 2024 7:00

Evropský parlament schválil zákon, který nařizuje bankám i záložnám převést peníze napříč unií do 10 sekund. Pro Evropany je to příznivá zpráva, pro banky výzva, jak zajistit transakci a přitom bojovat proti praní špinavých peněz.

10:55

Počet i objem fúzí a akvizic v Česku v 1. čtvrtletí 2024 meziročně stoupl



10:00

Cash Only: Začíná boj o čtyři koruny za lahev, zálohovací zákon je hotov



DALŠÍ ČLÁNKY

· B·E·H·A·V·I·O  
Testování reklam už stojí firmy **míň než kafe.**

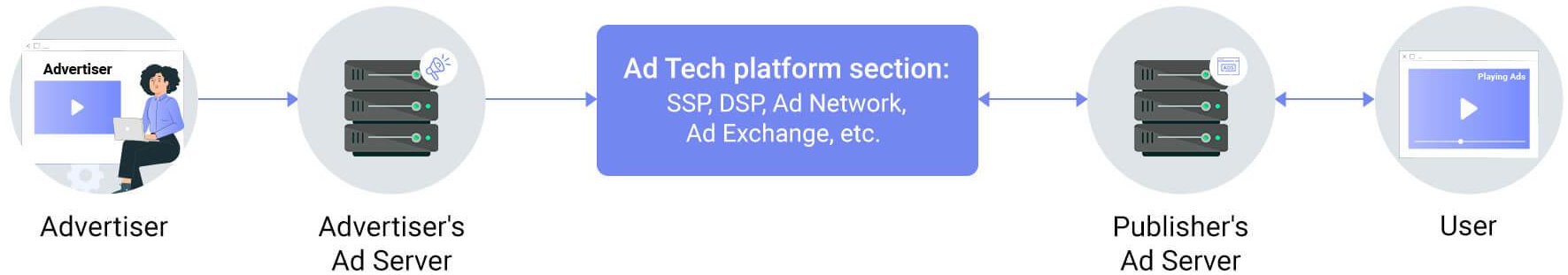
20 000 Kč

Reklama

PŘÍMÝ NÁKUP

RTB

# The Process of Ad Serving



## PŘÍMÝ NÁKUP



### Nákup



Manuální vyjednávání  
ceny a pozice

### Pricing



Cena předem daná  
z vyjednávání

### Optimalizace



Optimalizace po  
skončení kampaně

### Efektivita



Manuální rozhodování  
v delším čase

## RTB



Algoritmus automaticky  
rozhodne o ceně i pozici



Cena určena v reálném  
čase na základě aukce



Úpravy kampaně a  
optimalizace v reálném čase



Rozhodování podpořené  
algoritmy



## Strategický mediální plán

Brief

MP

Buying

TP

Adserving

Nasazení

Spuštění  
Měření

Optimalizace

Vyhodnocení

# Nasazení

Account  
Ad specialist  
Analyst

## PŘÍMÝ NÁKUP



### Nákup



Manuální vyjednávání  
ceny a pozice

### Pricing



Cena předem daná  
z vyjednávání

### Optimalizace



Optimalizace po  
skončení kampaně

### Efektivita



Manuální rozhodování  
v delším čase

## RTB



Algoritmus automaticky  
rozhodne o ceně i pozici



Cena určena v reálném  
čase na základě aukce



Úpravy kampaně a  
optimalizace v reálném čase



Rozhodování podpořené  
algoritmy

## Strategický mediální plán

Brief

MP

Buying

TP

Adserving

Nasazení

**Spuštění  
Měření**

Optimalizace

Vyhodnocení

**Spuštění kampaně  
Kontrola měření**

Account  
Ad specialist  
Analyst  
Klient

## Strategický mediální plán

Brief

MP

Buying

TP

Adserving

Nasazení

Spuštění  
Měření

**Optimalizace**

Vyhodnocení

# Optimalizace kampaně

Ad specialist  
Analyst  
Campaign operations

## Strategický mediální plán

Brief

MP

Buying

TP

Adserving

Nasazení

Spuštění  
Měření

Optimalizace

Vyhodnocení

**Vyhodnocení kampaně  
(Postbuy)**

Account  
Klient

Supplier	Server	URL	Format	Detail	Placement	Targeting	Affinity	Reach	Category
Online display									

w35 1.9.-3.9.	w36 4.9.-10.9.	w37 11.9.-17.9.	w38 18.9.-24.9.	w39 25.9.-30.9.	Estimated Impressions	Estimated Views	Estimated CTR	Estimated Clicks	Estimated CPC NN	Estimated CPM NN	Delivered Impressions	Delivered CTR	Delivered Clicks	Delivered Impressions	Delivered CTR	Delivered Clicks
------------------	-------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------------	--------------------	------------------	---------------------	---------------------	---------------------	--------------------------	---------------	---------------------	--------------------------	---------------	---------------------

Delivered Impressions	Delivered CTR	Delivered Clicks	Delivered Impressions	Delivered CTR	Delivered Clicks	Buying Unit	Cost per Unit	Gross	Discount	Net	Agency Discount	NetNet	Fee %	Fee	CTC
-----------------------	---------------	------------------	-----------------------	---------------	------------------	-------------	---------------	-------	----------	-----	-----------------	--------	-------	-----	-----



# Kreativa

01

02

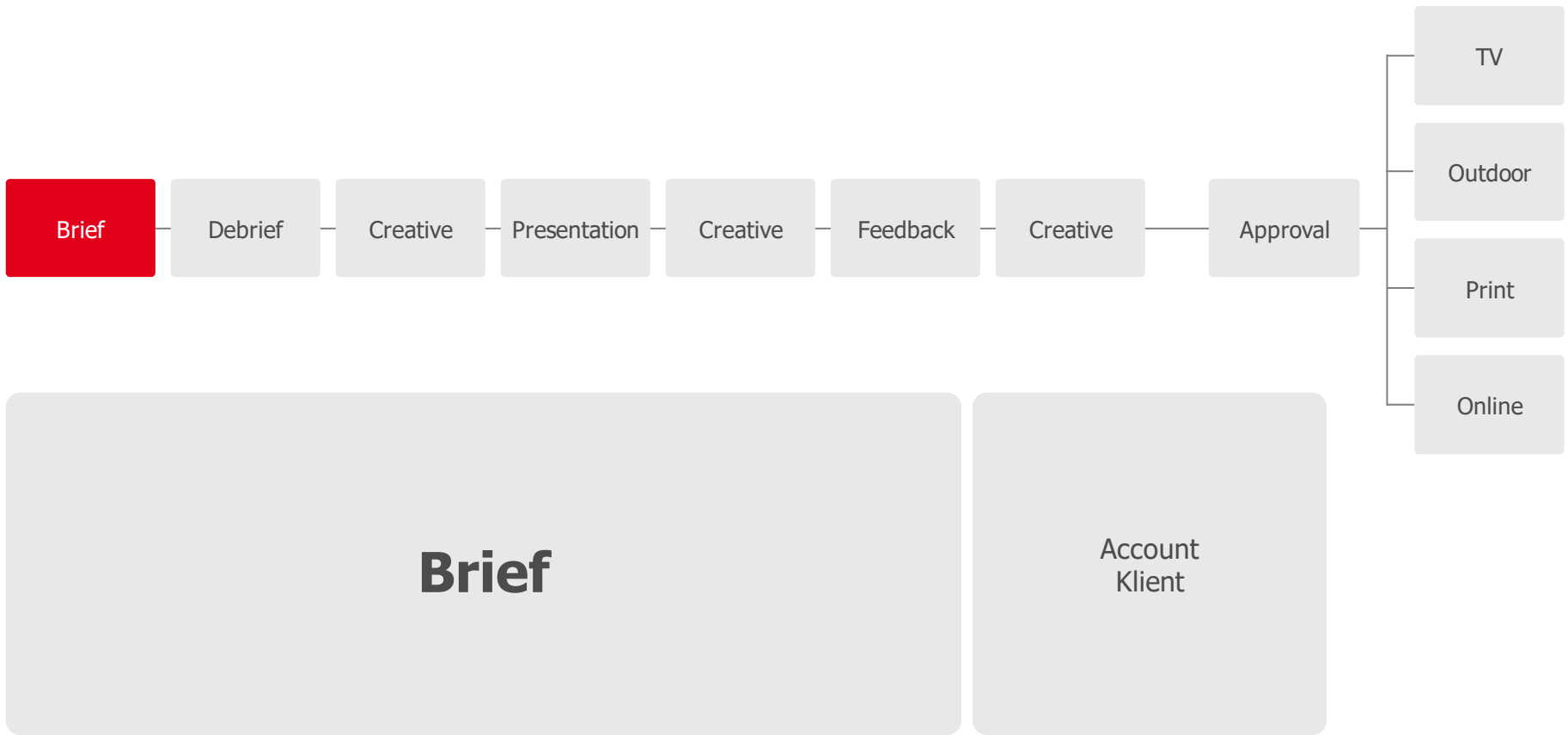
03

04

05

**06**

07



Brief

Debrief

Creative

Presentation

Creative

Feedback

Creative

Approval

TV

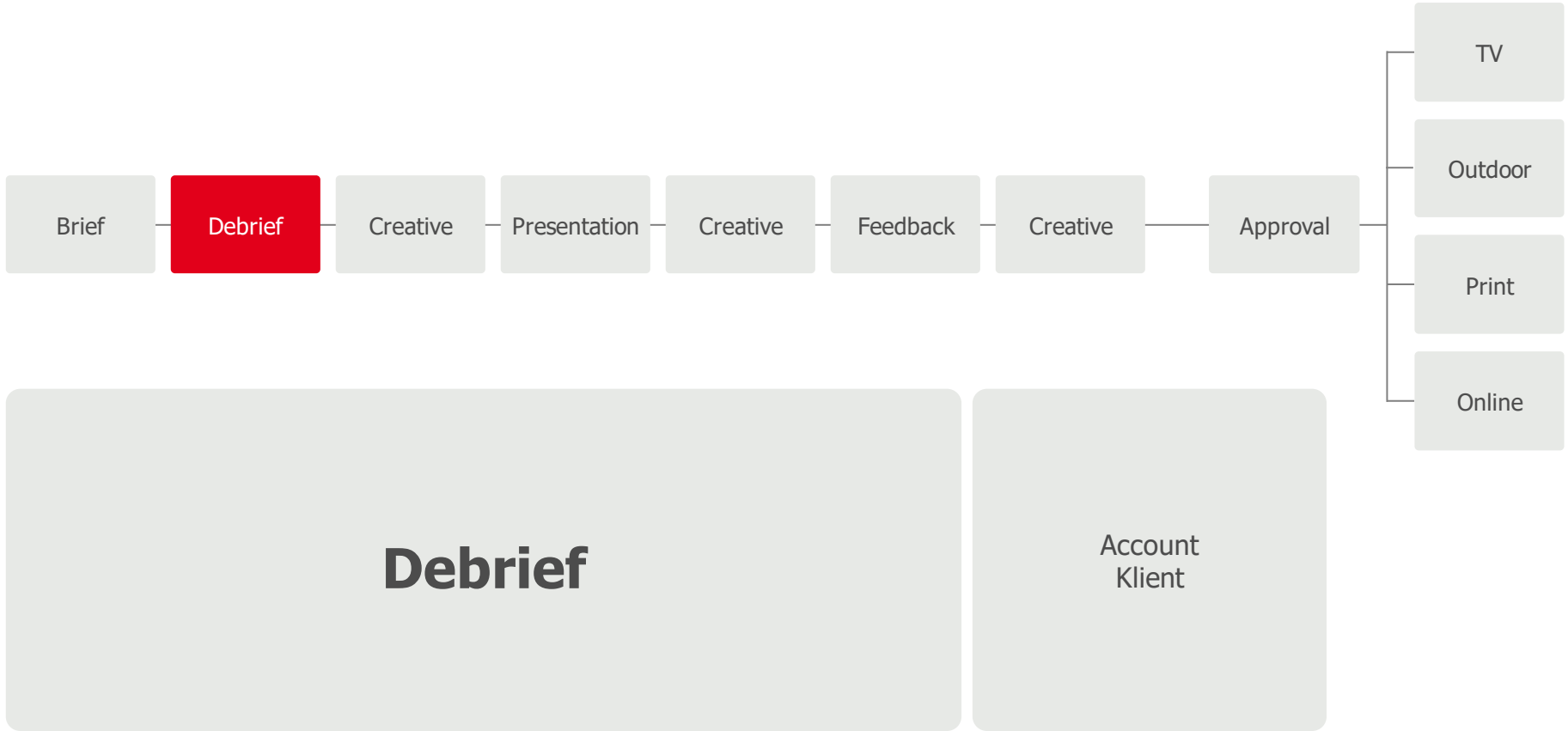
Outdoor

Print

Online

**Brief**

Account  
Klient



Brief

Debrief

Creative

Presentation

Creative

Feedback

Creative

Approval

TV

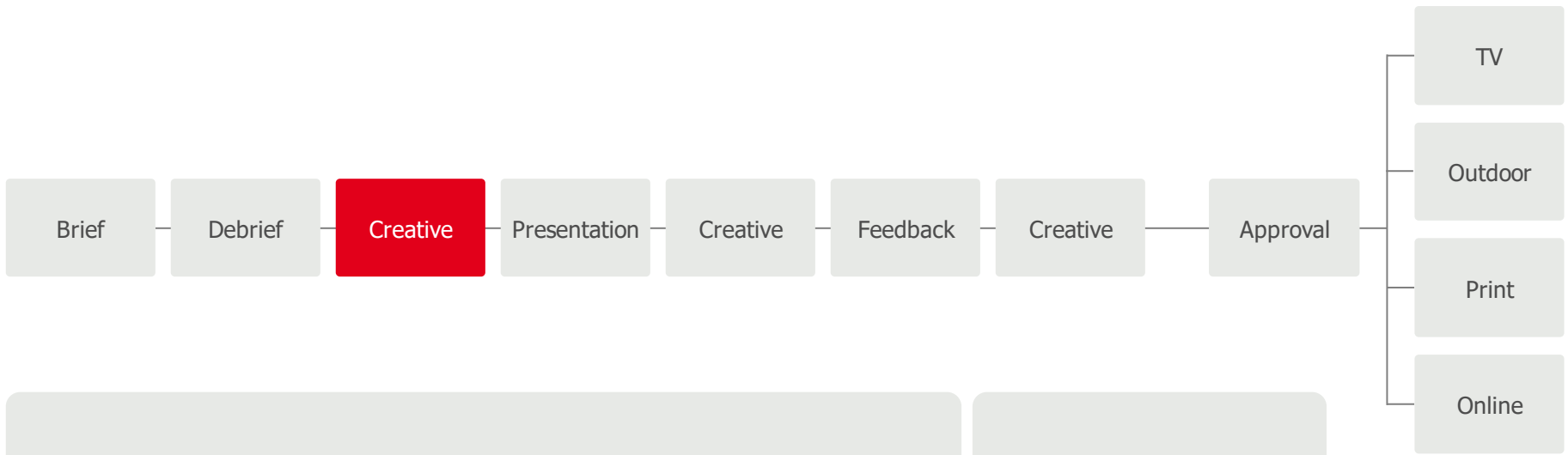
Outdoor

Print

Online

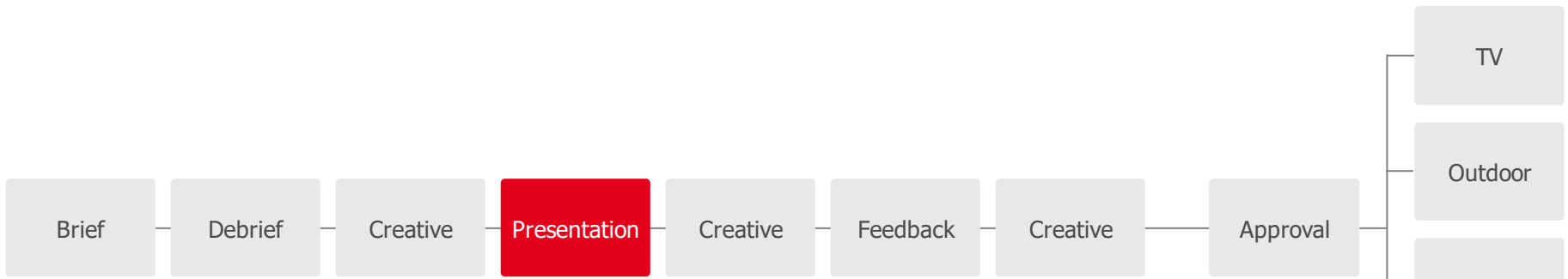
**Debrief**

Account  
Klient



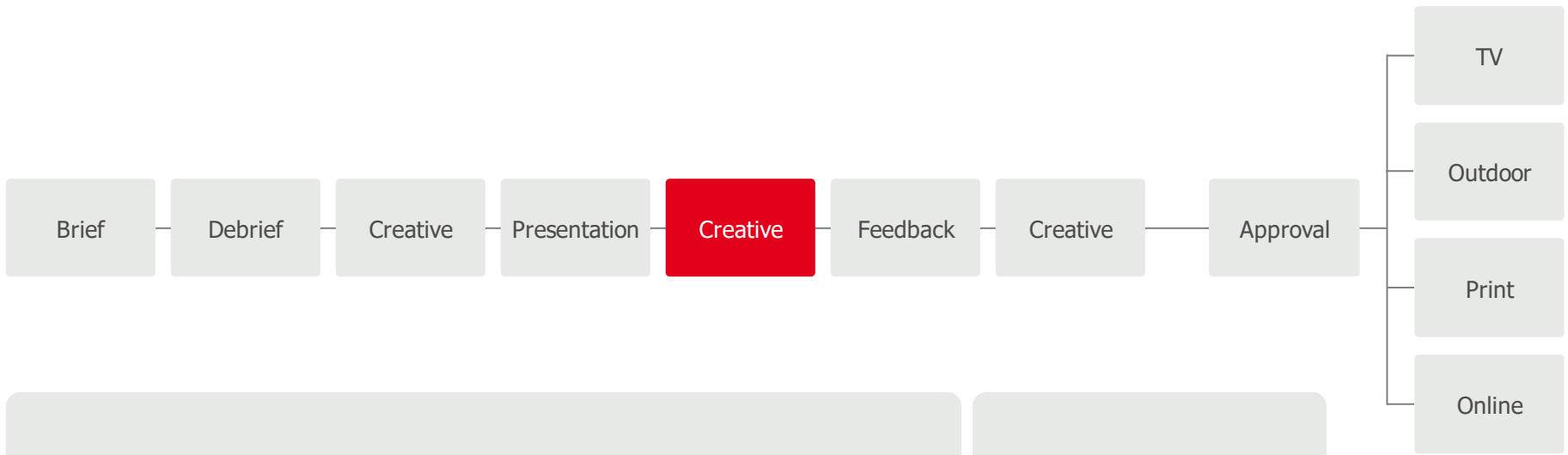
**Kreativní vývoj**

Account  
Kreativní tým



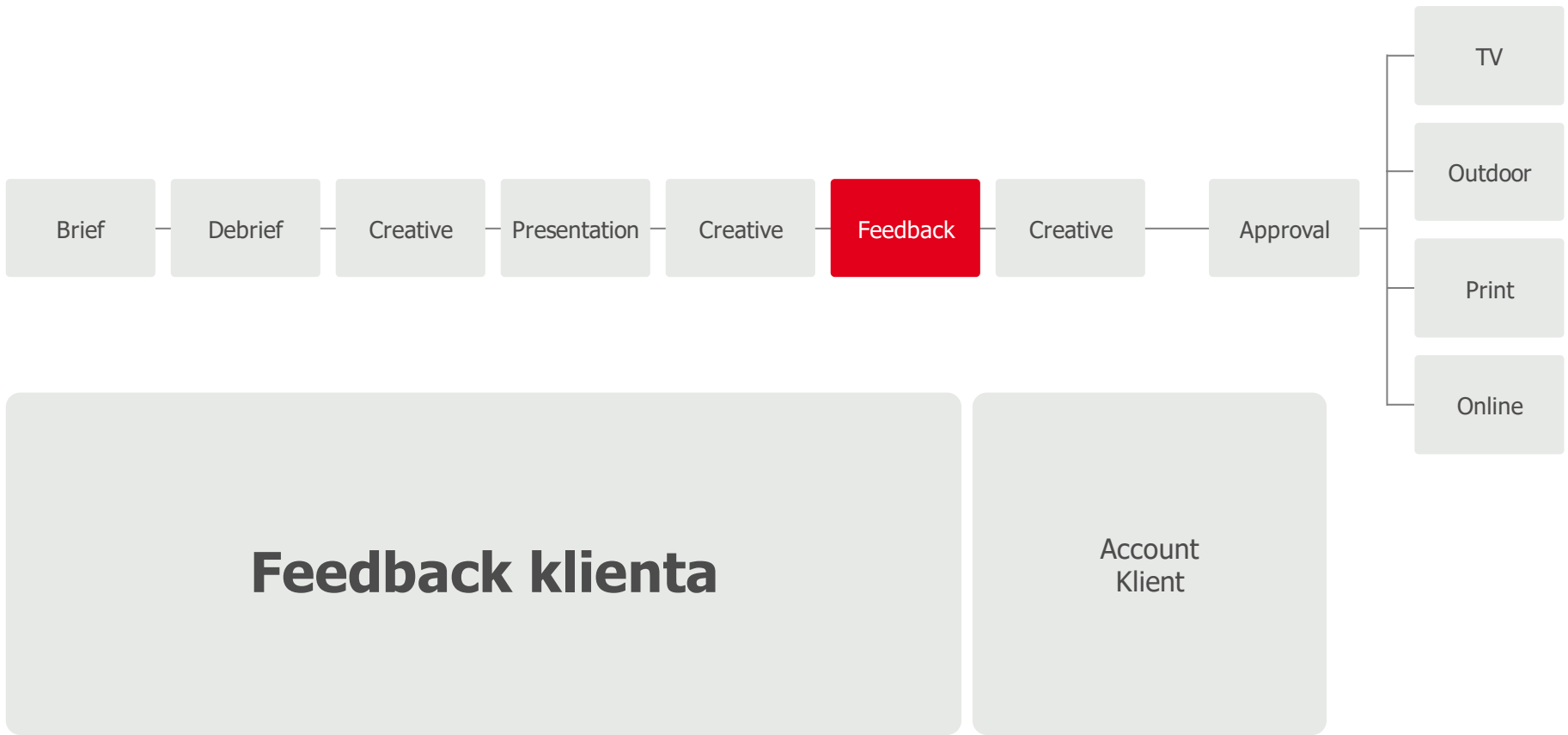
**Prezentace konceptů**

Account  
Kreativní tým  
Klient



**Kreativní vývoj**

Account  
Kreativní tým



Brief

Debrief

Creative

Presentation

Creative

Feedback

Creative

Approval

TV

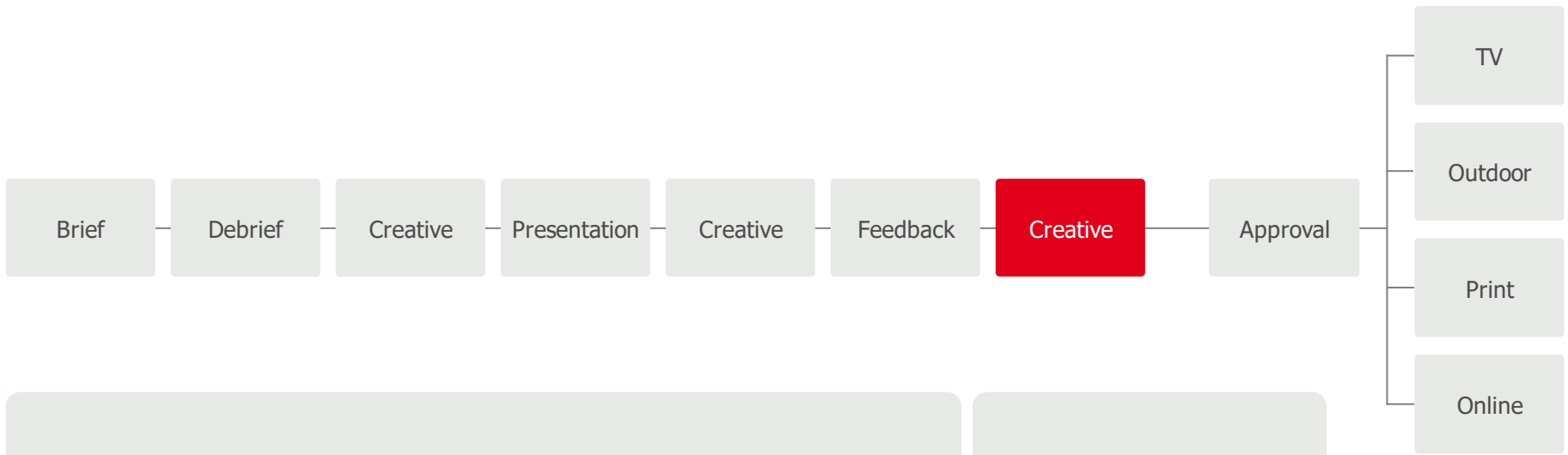
Outdoor

Print

Online

**Feedback klienta**

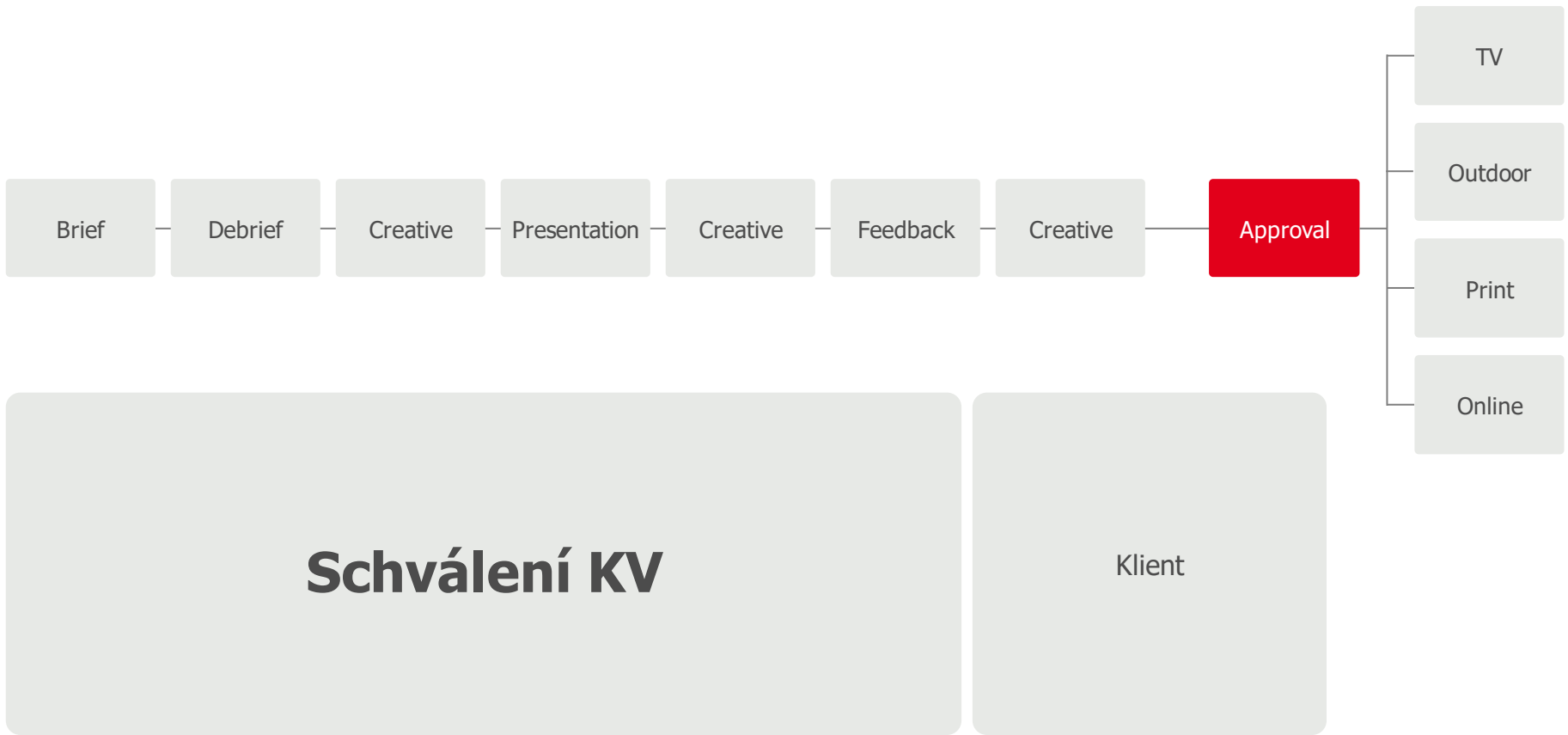
Account  
Klient



**Finální kreativní vývoj**

Account  
Kreativní tým





Brief

Debrief

Creative

Presentation

Creative

Feedback

Creative

Approval

TV

Outdoor

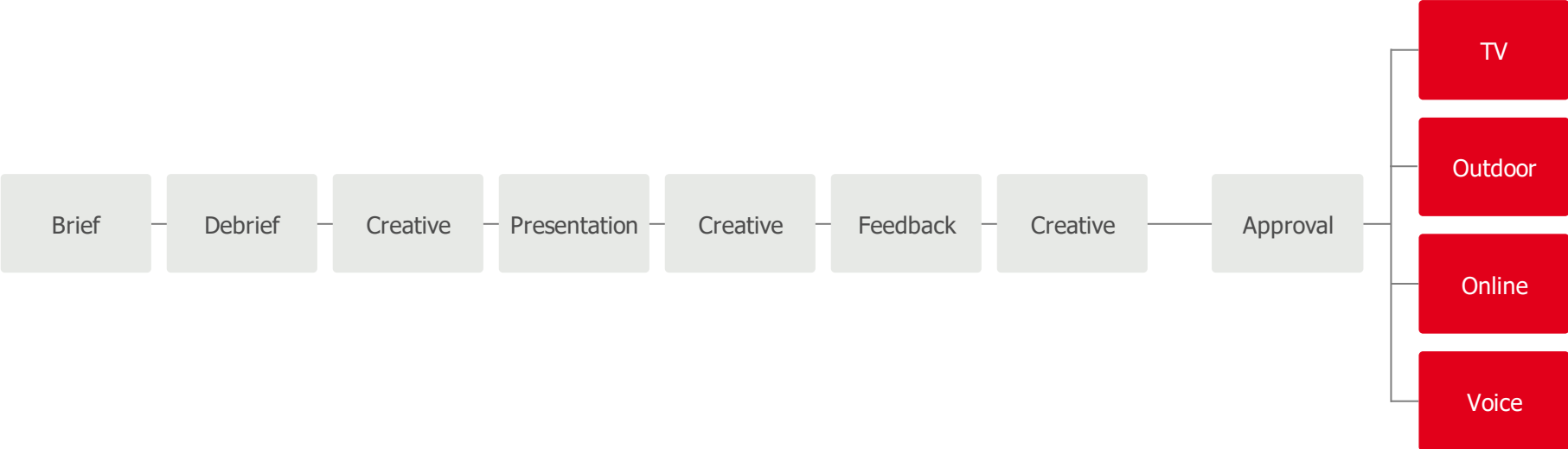
Print

Online

**Schválení KV**

Klient





**TV**

**Outdoor**

**Online**

**Voice**

## TV

Brief

Showreels

Náklady

Pre produkce

Pre PPM

PPM

Natáčení  
Postprodukce

Nasazení

## Outdoor

Brief

Review  
portfolia

Náklady

Pre produkce

PPM

Focení  
Retuše

DTP

Tisk

## Online

Brief

Náklady

DTP

Nasazení

## Voice

Brief

Showreels

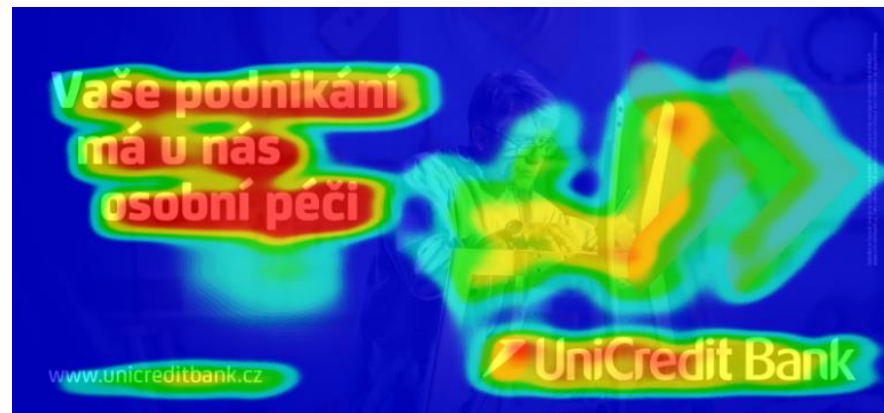
Náklady

PPM

Nahrávání

Postprodukce

Nasazení







Results

	Score
ELEMENT #3 Headline	74.0%
ELEMENT #4 CTA	66.2%
ELEMENT #1 Brand	49.9%
ELEMENT #2 Illustration	46.6%





**UniCredit Bank**

**Podnikatelský účet zdarma s výhodným úrokem**

ZJISTIT VÍCE



**UniCredit Bank**

**Podnikatelský účet zdarma s výhodným úrokem**

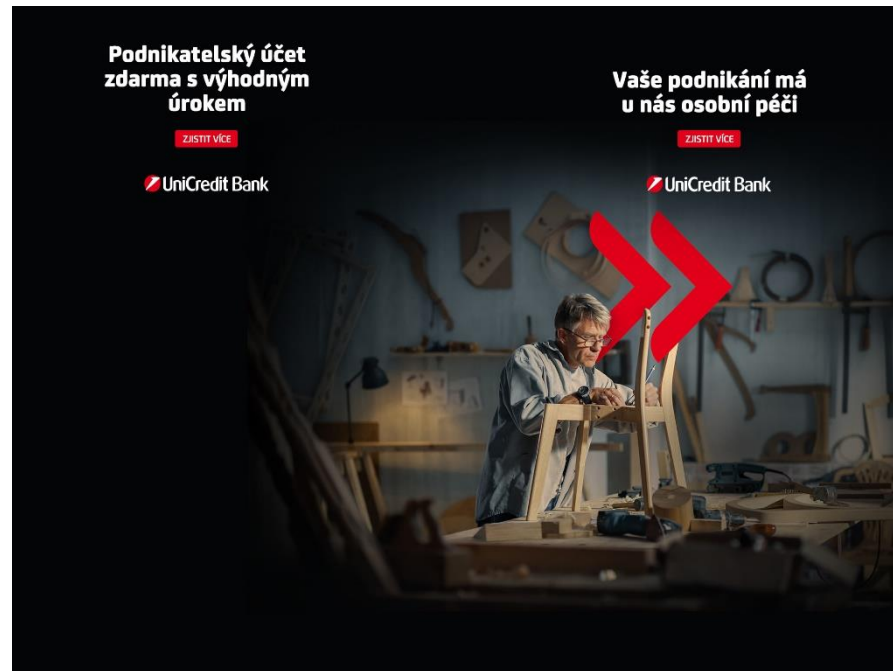
ZJISTIT VÍCE



**UniCredit Bank**

**Podnikatelský účet zdarma s výhodným úrokem**

ZJISTIT VÍCE



**Podnikatelský účet zdarma s výhodným úrokem**

ZJISTIT VÍCE

**UniCredit Bank**

**Vaše podnikání má u nás osobní péči**

ZJISTIT VÍCE

**UniCredit Bank**

# Vyhodnocení

01

02

03

04

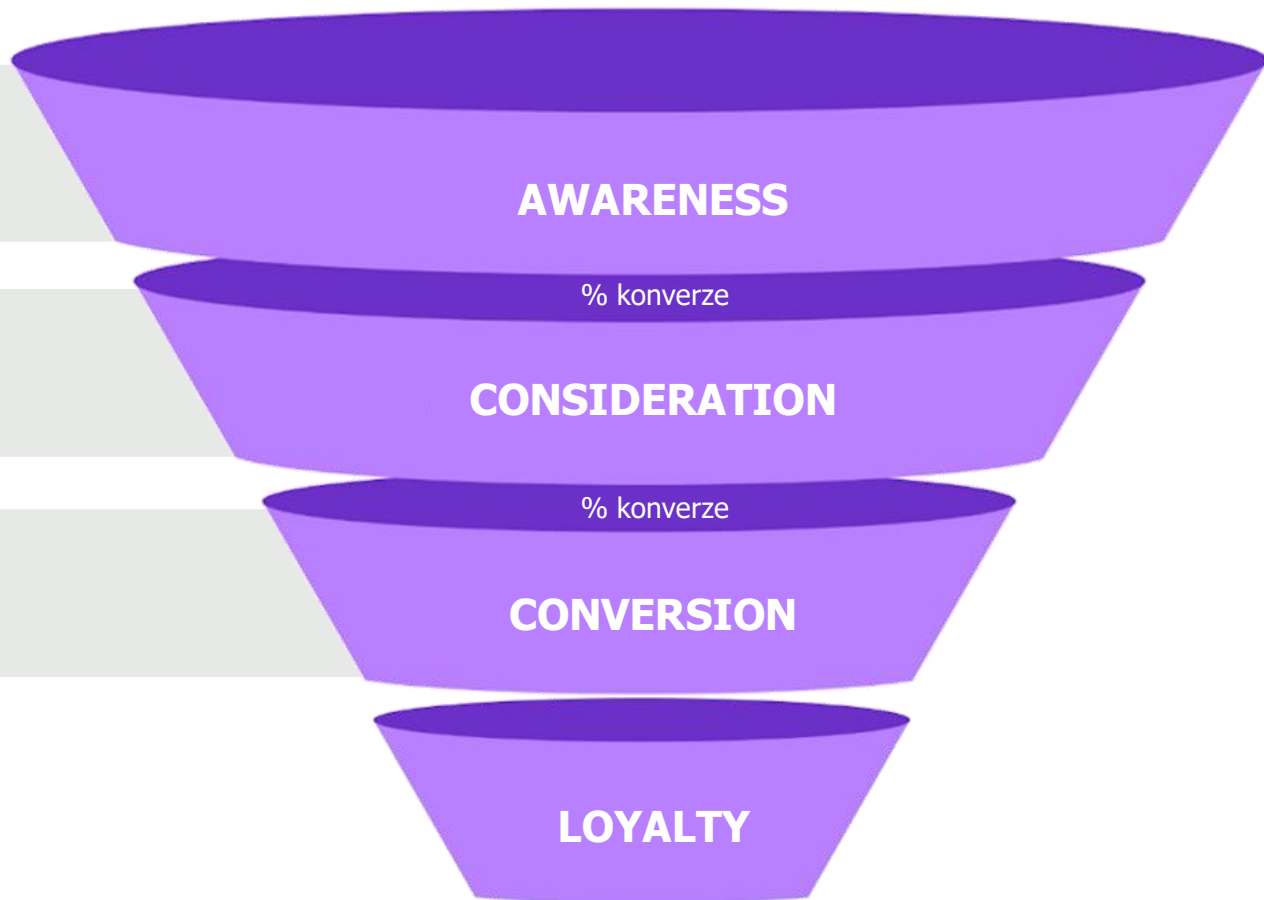
05

06

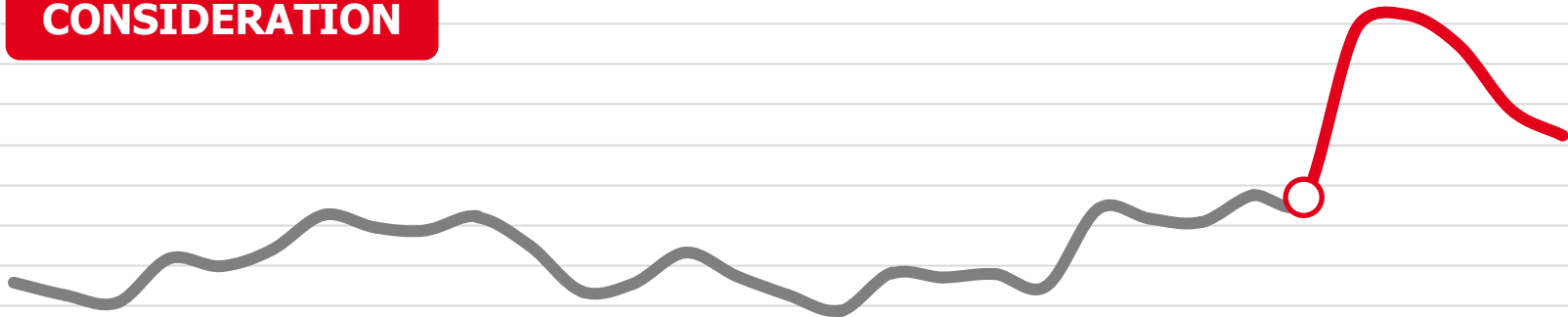
07



[www.unicreditbank.cz](http://www.unicreditbank.cz)



## CONSIDERATION



## CONVERSION

