



MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE V EU





AIDA + informovat, přesvědčit, stimulovat

komunikace v mezinárodním prostředí:

jazykové bariéry

kulturní bariéry/rozdíly

společenské rozdíly

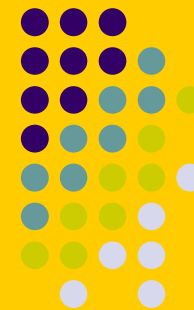
ekonomické rozdíly

právní/regulační rozdíly

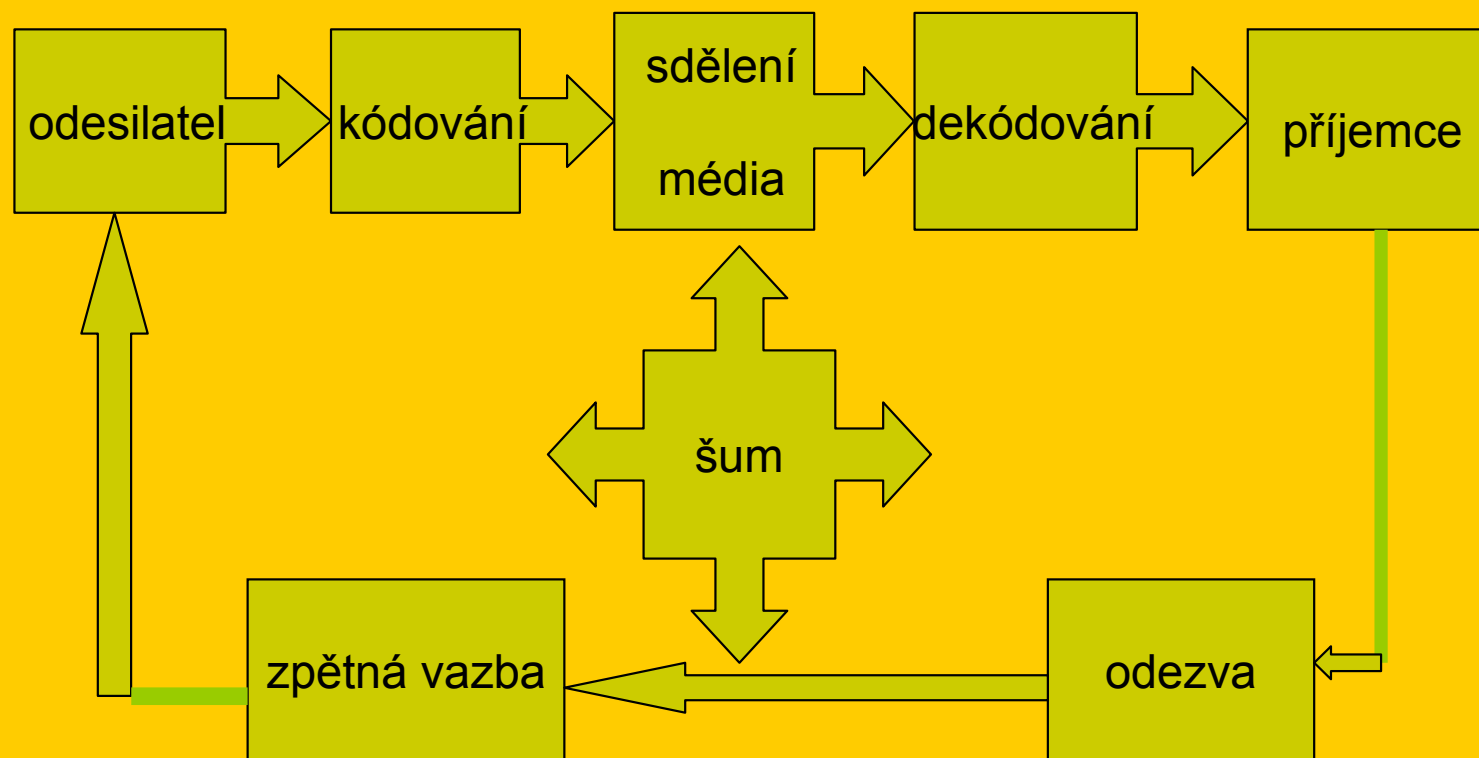
rozdílná konkurence

rozdíly v kom. šumu....





komunikační proces:



5 M – mission, money, message, media, measurement
pozice, distr. kanál, náklady.....

ADAPTACE VERSUS STANDARDIZACE



- **komunikační problém a komunikační cíl**
- **cílová skupina**
- **komunikační strategie**
- **média, sdělení....**
- **mediální struktura a návyky**
- **problémy implementace**
- **problémy kontroly**



obsah sdělení

- apel (racionální, emocionální, morální...) + hard sell vs soft-sell; USP vs ESP
- struktura (uvádění závěrů vs otázky, argumenty – jedno nebo oboustranné...)
- formát (písmo, rozvržení textu a obrázků, barvy, ilustrace, titulky, tón hlasu, rytmus řeči, přízvuk, artikulace, gesta, vzhled, výrazy tváře, charakter postavy, role, status, symboly.....)
- jazyk – překlad, délka, jazyk země původu
- styl (výsek ze života, životní styl, fantazie, nálada, doporučení, symbol osobnosti....)
- zdroj sdělení (odbornost, důvěryhodnost, oblíbenost, vzor)



Evropská unie:

- reklama – produkty (alkohol, tabák. výrobky, léky, výrobky pro děti, hygienické produkty) – TV, kino, tisk, outdoor – omezení až zákaz; srovnávací reklama- F, B, I, Něm. sdělení...
- veletrhy a výstavy (lokální vs mezinárodní)...
- podpora prodeje (kupóny na slevu – Šp., Dánsko; vázaný křížový prodej – Něm, B, Lux.; dárky a prémie – NI – méně než 4% z ceny produktu + vztah, It – souhlas Min. financí včetně max. hodnoty...; výprodej – Něm. – souhlas správních orgánů; vzorky – Něm. - pouze u nových produktů, určena velikost obalu; soutěže – B – znalost a dovednost
- sponzoring (skupinový a silový sport – Jih, sociálně slabí – Sever...)
- PR - + společenská zodpovědnost + image krajiny původu a odesílatele, + image média; dárky, úplatky ...:
Schmiergeld, pot-de-vin, baksheesh, bastarella
- osobní prodej (Hofstede) – + motivace, kompetence + ukazování statutu, rozhodovací proces, jednání
- direct mail (ochrana osobních údajů, doručení...)
- e-komunikace