

Komunikační kampaň -

Odol

P&D mediaspol, s. r. o.

Zpracovali:

Zuzana Opělová

Lukáš Merta

Cíle kampaně:



Výsledky analýzy prostředí

S	W
stabilní pozice na trhu	slabá propagace v posledním období
spontánní hodnocení značky, známost značky	název
nová silikátová báze	navigace na webových stránkách
netestuje na zvířatech	nižší cena může vyvolat dojem nižší kvality
nízká cena	nepříliš velké finanční prostředky na propagaci
komplexní účinek	
praktický uzávěr na obalu	
Odol Vitamins, Odol Aloe Vera	
O	T
rostoucí trh s pastami na citlivé zuby	konkurence má širší produktovou nabídku
rostoucí trh s pastami bělicími zuby	Colgate - "výchova" mladých (předn., školky, školy)
klesající trh s herbalními pastami (propagace colgate)	silná propagace Signal, Colgate v min. obd.
supermarkety největším distribučním kanálem	akce konkurence (např. „Signal škola dentální hygieny“)
životní styl - vitamínové preparáty stále ve větší oblibě	negativní pohled / nedůvěra v české výrobky
rostoucí zájem lidí o preventivní opatření	spolupráce konkurence s odborníky
důvěra lidí založená na odborných testech a srovnávání	Signal a Colgate - edukační materiály v ordinacích
návrat k přírodě - přírodní produkty preferovány	Colgate využívá také silikátových bází
pracované české int. stránky má jen Signal	
on-line poradny týkající se péče o zuby	
infolinka k produktům	

Cenová analýza

název	objem	cena/75	název	objem	cena/75	název	objem	cena/75
odol vitamins	75	25 Kč	signal nutri active	75	53 Kč			
odol classic	50,75,125	20 Kč				colgate total 12	75	40 Kč
odol herbal	75	24 Kč	signal herbal fresh	50,75	24 Kč	colgate herbal	75,125	35 Kč
odol whitening	75	24 Kč	signal white systém	75	24 Kč	colgate whitening	75	48 Kč
odol family	75	25 Kč	signal family		26 Kč			
odol 7 perfect	75	31 Kč				colgate s. multi protection	75	80 Kč
odol aloe vera	75	27 Kč						

odol perlička

+ Aquafresh

Kreativní strategie

Cílová skupina: ženy 25 – 50 let

 **pragmatické matky**

kvalita/
cena

Odlišnost od
konkurence

Komplexnost,
všestranná péče o zuby



Komunikační mix

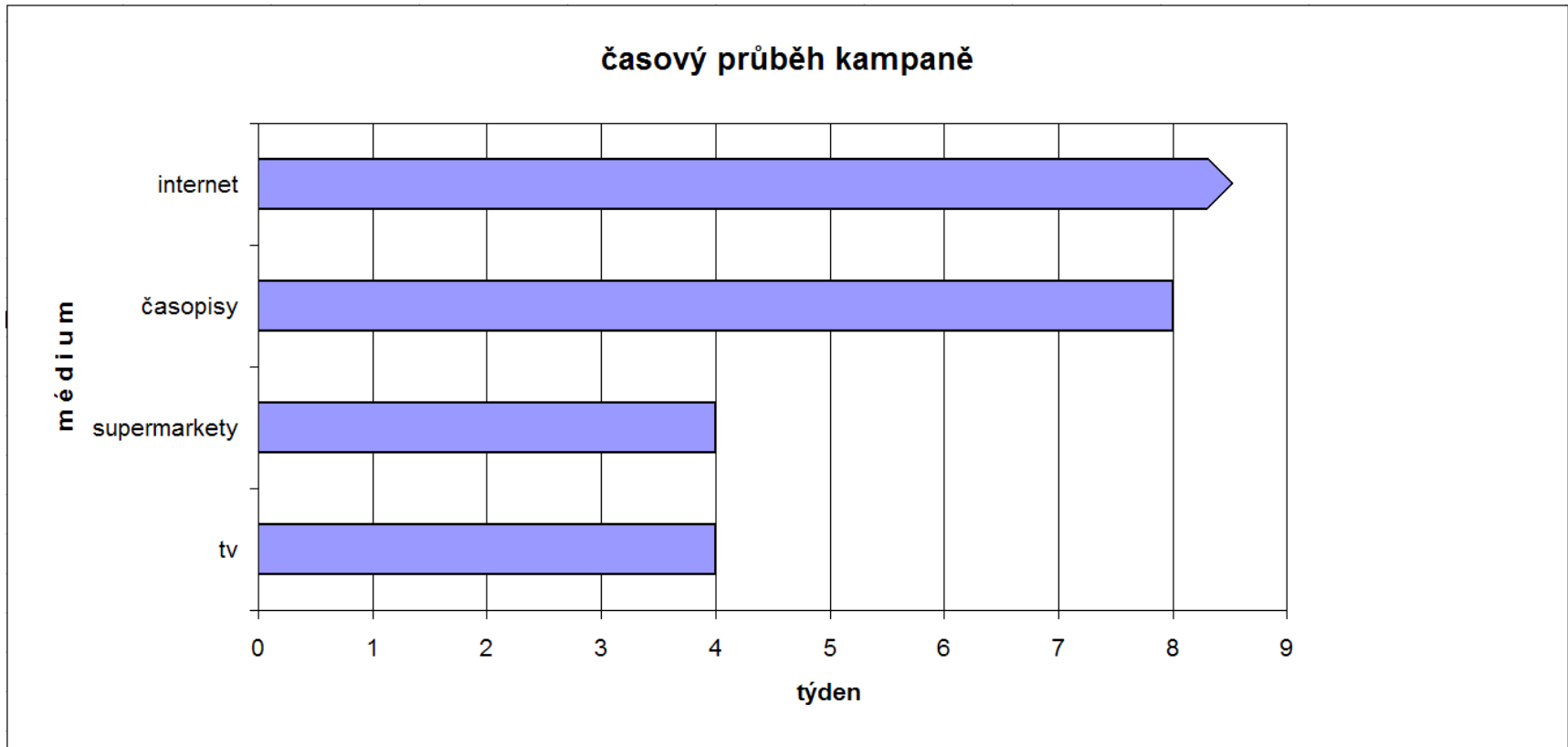
- Reklama

➤ TV	60%
➤ Časopisy	17%
➤ Internet	5%

- Podpora prodeje

➤ Akce 2+1	13%
➤ Zvýraznění v obchodech	5%

Časový harmonogram



Zařazení TV spotu:

			Týden			
Seriál:	Důvod:	Vysílací čas	1.	2.	3.	4.
Ordinace	současný nejoblíbenější televizní seriál	út, čt 20:00	út	čt		čt
Ulice	oblíbenost, dobrý vysílací čas, obyčejní lidé	po-pá 18:25	po	st	čt	
Pojišťovna šťěstí	příběh o vztazích, dobří herci, oblíbené ženami	po,st 20:00	st	po	st	st

Nasazení a přibližný čas vysílání

Týden:	po	út	st	čt	pá
1.	19:00	20:30	20:30		
2.	20:30		19:00	20:30	
3.			20:30	19:00	
4.			20:30	20:30	

Časopisy

	perioda	čtenost/vydání	čtenost/kampaň
Chvilka pro tebe	týden	739 000	5 912 000
Rythmus života	týden	1 002 000	8 016 000
Žena a život	14 dní	469 000	1 876 000
Vaříme	3 měsíce	125 000	125 000
			15 929 000



Zvýraznění v obchodech

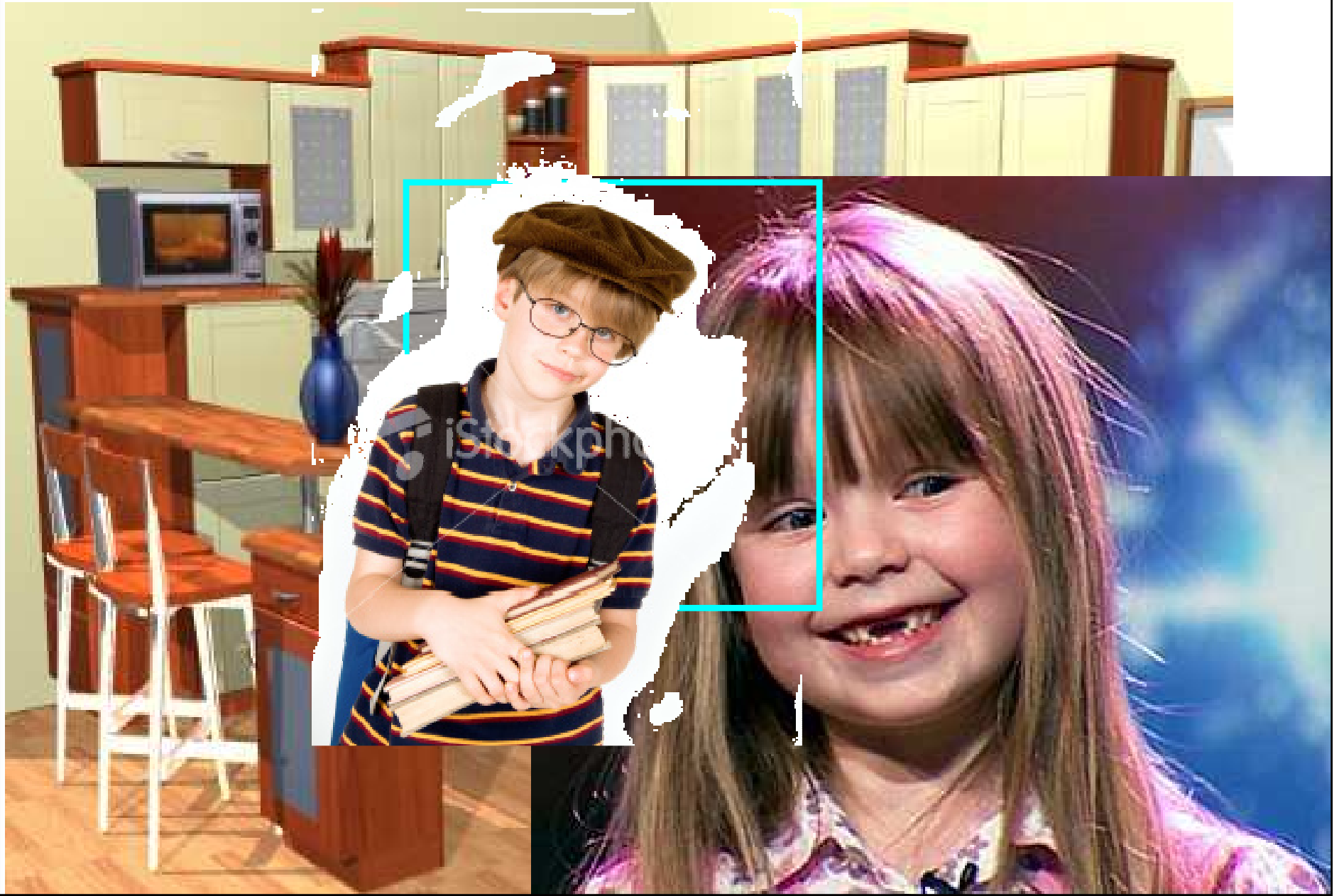
- supermarkety a velké obchodní domy
- 30 rovnoměrně v ČR
- zvýraznění v obchodech
- zajištění zvláštních prodejních regálů na prodejně – ne v oddělení hygieny
- v 10 obchodech s největším objemem prodeje
- v případě napjatého rozpočtu škrtnout



Internet

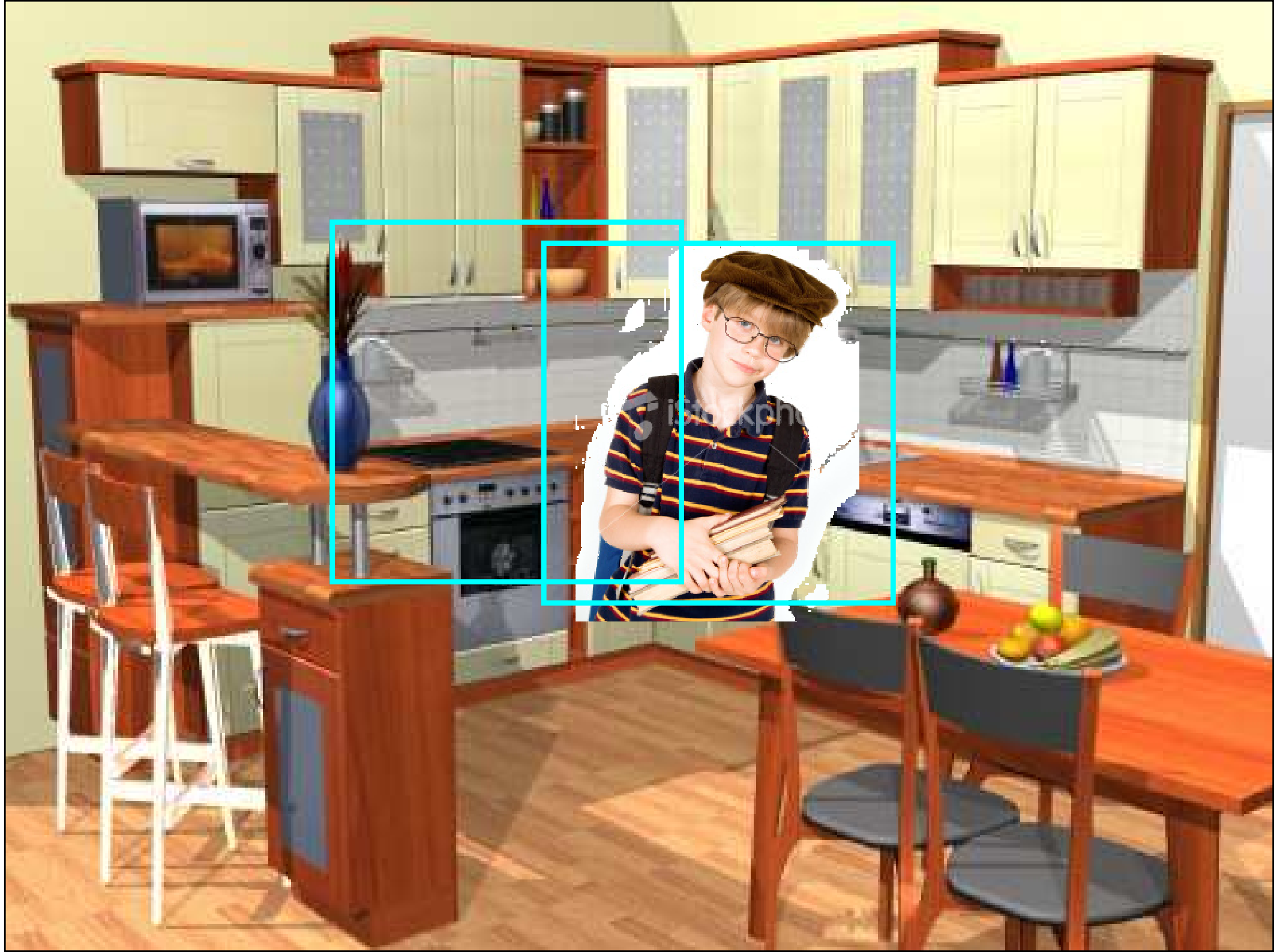
- reklamní bannery
- promo umístění Odolu na internetových obchodech
- zlepšení navigace na web. prezentaci
- dotvoření webové prezentace

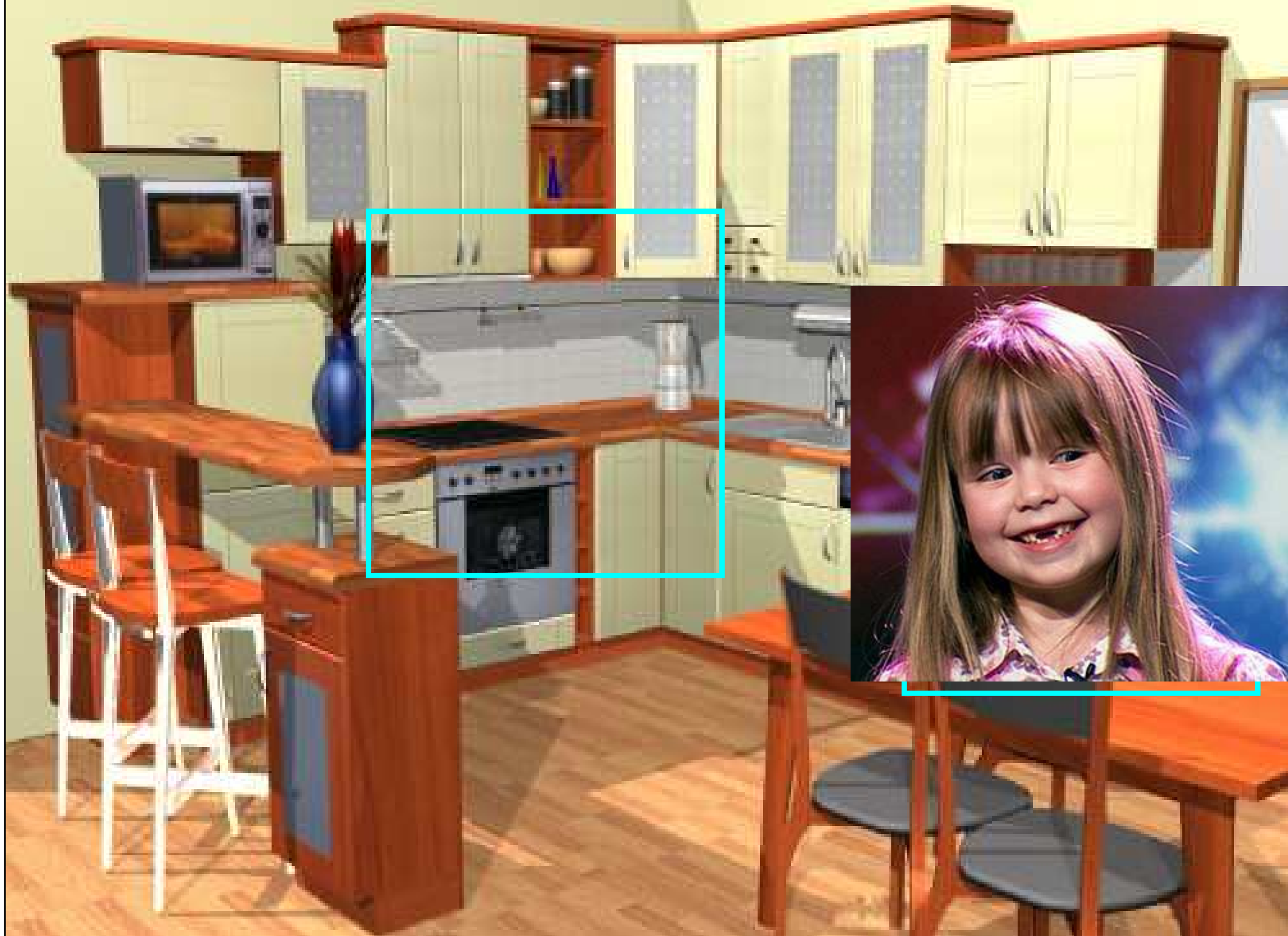
TV spot

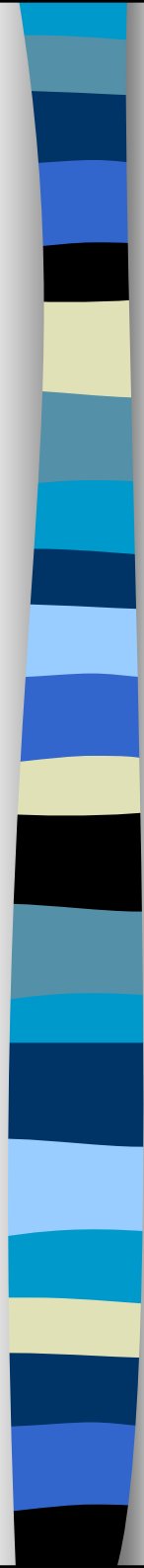


**Přemýšlivý výraz, nápad
– usměje se a zadívá na
ležící Odol vedle ní.**

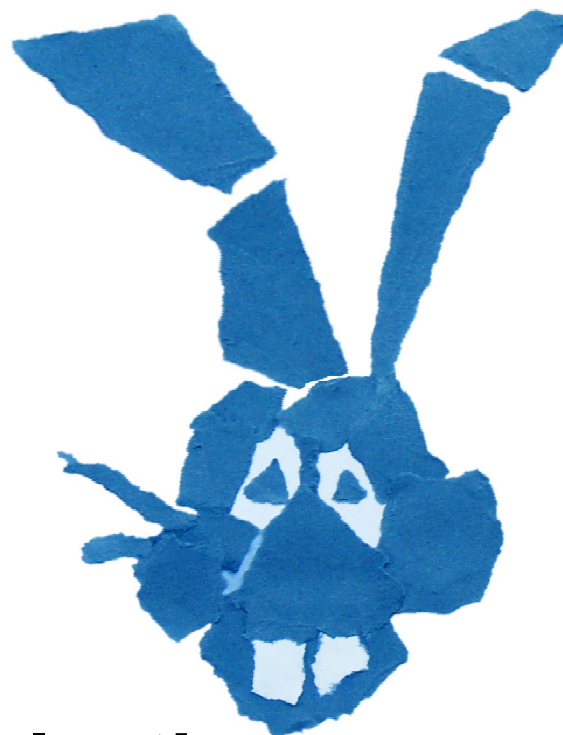








Odol na všechno



**... ale jen v oblasti
zubní hygieny!**

Odstraňuje zubní plak, nepoškozuje zubní sklovinu, zvyšuje odolnost proti zubnímu kazu, speciální (adstringentní) látka zpevňuje dásně a omezuje případné krvácení. Působí hojivě a protizánětlivě. Navíc v novém praktickém balení!

Vyzkoušejte také nový Odol aloe vera fresh gel! Nyní akce 2+1



Akce 2+1

- k jakýmkoliv dvěma zakoupeným pastám Odol dostane zákazník jednu pastu Odol Aloe vera zdarma
- výborné zkušenosti z minulosti



Zvýraznění v obchodech

- upozornění na akci 2+1
- vystupující reklama na stojanu
- provázanost s TV reklamou
- symbol zájce



Reklama – internet

- bannery s motivem zajíce
- linkují na stránky Odolu
- upozorňují na výhody a komplexní péči
- upozorňují na akci 2+1

Rozpočet

			celkem	Podíl na kampani
TV	10 x	400 000	4 000 000	65,79 %
Časopisy	21 x	30 000	630 000	10,36 %
Supermarkety	30 x	10 000	300 000	
	10 x	100 000	1 000 000	21,38 %
Internet	stránky	50 000	50 000	
	promo místa	100 000	100 000	0,02 %
			6 080 000	

Děkujeme!

Nyní prostor pro Vás...

