

# Reklama na internetu I.

**Produkt a jeho reálný přínos pro zadavatele**



# ...dialog, nikoliv monolog

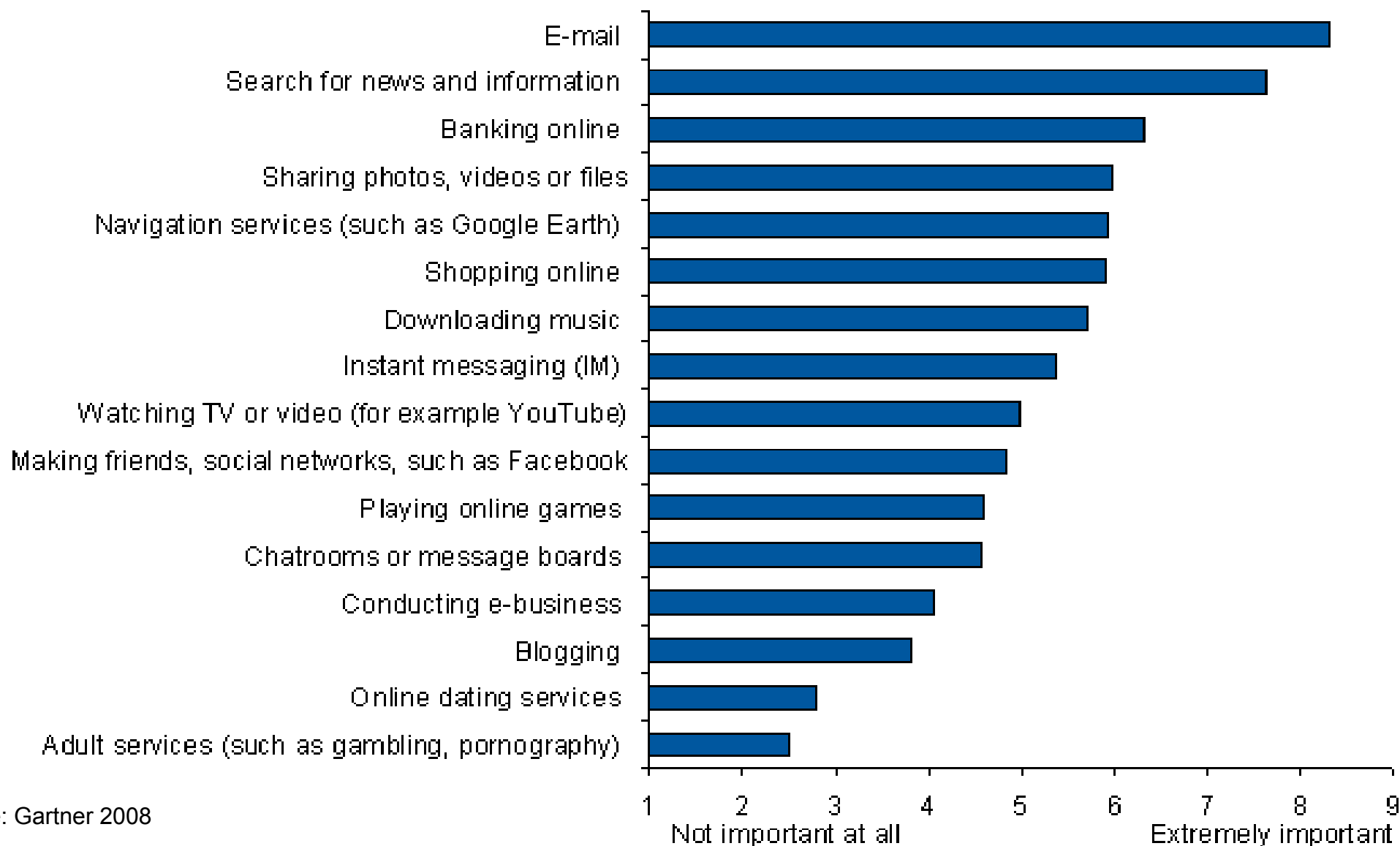
*„Podstatou jakékoliv výchovy, pokud má mít cenu, je i to, že u mladého člověka rozvíjí samostatné kritické myšlení.“*

Albert Einstein

# Agenda

- Plánování a vyhodnocování kampaní
- Případová studie
- Zdroje pro studium a sebezdokonalování

# Proč lidé používají internet?



Source: Gartner 2008

# Základní formy internetové reklamy

- Bannerová tzv. display reklama (vč. videoreklamy)
- Zápis v katalogu
- Reklama ve vyhledávání
- Další formy internetové reklamy
  - (sociální sítě, komunitní služby, hry, internet v mobilu atd.)

# Display reklama poprvé

The screenshot shows the Proženy.cz website with an Allianz Direct banner at the top. The main navigation bar includes 'Magazín', 'Video', 'Horoskopy', 'Poradny', 'Diskuze', 'Recepty', 'Deníčky', 'Soutěže', and 'Chat'. A search bar is located in the top right. The left sidebar contains a list of categories: 'Úvodní stránka', 'Diety a hubnutí', 'Estetická chirurgie', 'Moje zdraví', 'Holky za volantem', 'Zdravé dítě', 'Psychické zdraví', 'Wellness a relax', 'Zdravá strava', 'Sport a fitness', 'Astro jídelníček', 'Žena první republiky', 'Tajemno', 'Holky na cestách', and 'BMI kalkulačka'. The main content area features an article titled 'Zdraví a životní styl' with a sub-header 'Jarní bylinky: zdraví pro celou rodinu'. A red box highlights a display advertisement for Nivea BMI calculator, which includes the text 'SPOČÍTEJTE SI SVŮJ BMI' and 'Otestujte naši novou BMI kalkulačku'. Below the advertisement are sections for 'Volejte řediteli', 'Recepty a vaření', and 'Poradny'. The right sidebar features a 'REKLAMA' section with a 'QUELLE' advertisement showing a woman in a pink suit. The footer contains the URL 'http://www.prozeny.cz/magazin/zdravi-a-zivotni-styl/moje-zdravi/5324-leci-cela-rodina' and browser information.





# Zápis v katalogu

- Denně 200.000+ reálných uživatelů
- Více než 500.000 firem

SEZNAM

Internet Firmy Mapy Slovník Zboží Více

Hledej

Česky ve všech jazycích

Může se hodit

Auto Bazar Denní tisk Dopravní info Finance Hry on-line

Lidé Mapy Práce Pro ženy Rádio Reality

Seznamka Slovník SMS brána Spolužáci Ubytování Více

Email.cz založit nový email

Jméno: @seznam.cz

Heslo: PŘIHLÁSIT

přihlásit se trvale na tomto počítači

Pokud se Vám nedá přihlásit se přes SSL [klikněte sem](#)

REKLAMA

STREET

NADSTANDARDNĚ VYBAVENÝ PEUGEOT 307 STREET A 207 STREET PRO S CENOU JIŽ OD 249 900 Kč

WWW.PEUGEOT.CZ

Firmy.cz

Přidej firmu zdarma

Novinky.cz nastavit

Lidovečtí poslanci se vzepřeli Čunkovi a podepisují Topolánkoví vládu

Ve středu ráno se znovu sešlo vedení lidovců. Po jednání šel strany Jiří Čunek naznačit, že pokud někteří poslanci nedodrž...

Zemětřesení v Itálii ukončilo život dvou mladých chamelek z Pardubicka

Čtyřleté dítě v Praze spadlo do výtahové šachty

OBRAZEM: Řidička na Liberecku narazila do mrtvého losa na silnici

Čekali se ani v době krize dovolené nezvdají

Pes vypadal z jachty a na pustém ostrově přežil čtyři měsíce

Více zpráv »

Sport.cz

FOTBAL: V reprezentaci skončil kouč Rada, realizován

Výkonný výbor Českomoravského fotbalového svazu na svém středečním zasedání odvolal trenéra reprezentace Petra Rada. Spolu...

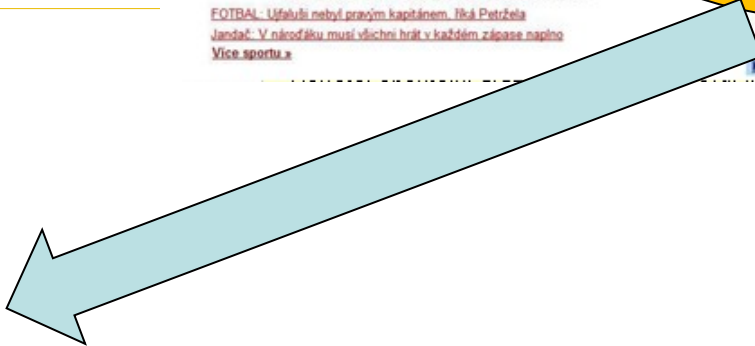
FOTBAL: Úřadu nebyl pravým kapitánem. Iba Petržela

Jardač: V níčkošku musí všichni hrát v každém zápase naplno

Více sportů »

Horoskopy nastavit, znamení

„Klikači“



## Banky a finanční služby

Firmy.cz > Banky a finanční služby

- Aukce a dražby 166
- Bankovní a spořitelní služby 1728
- Finanční úřady 9
- Investiční fondy 39
- Investiční společnosti 321
- Leasingové společnosti 242
- Pohledávkové a likvidační služby 588
- Pojišťovací služby 2383
- Směnárný 128
- Účetní služby 10072
- Úvěry a půjčky 1079
- Katalog WWW odkazů:
- Finanční a ekonomické časopisy
- Finanční informace
- Finanční pomoc
- Finanční právo

## Česká republika

Jihočeský kraj Jihomoravský kraj Karlovarský kraj Královéhradecký kraj Liberecký kraj Moravskoslezský kraj Olomoucký kraj Pardubický kraj Plzeňský kraj Praha Středočeský kraj Ústecký kraj Vysočina Zlínský kraj

### Sponzorované odkazy

**mpu** **Moravský Peněžní Ústav - úvěry 3-100 milionů Kč**  
 Největší spořitelní družstvo v ČR, financoval již stovky úspěšných projektů. Klienti oceňují nadstandardní individuální služby, flexibilní a vstřícný přístup. Úvěry pro fyzické i právnické osoby 3-100 milionů Kč, zajištěné obytnou nemovitostí.  
[www.mpu.cz](http://www.mpu.cz)

**wuostenrot** **Wuostenrot - stavební spořitelna a.s.**  
 Řešení Vašeho bydlení. Stavební spoření s nejvyšším zhodnocením vkladů a výhodami pro děti a mladé. Úvěry na bydlení až na 100% hodnoty nemovitosti. Speciální úvěr na družstevní bydlení, výhodné úvěry na opravy a rekonstrukce.  
[www.wuostenrot.cz](http://www.wuostenrot.cz)

**CSOB** **Československá obchodní banka, a.s.**  
 Universální komerční banka ČSOB s plným rozsahem moderních bankopojišťovacích produktů a služeb pro fyzické osoby a firmy - půjčky a hypotéky, investování, on-line bankovníctví. Řešíme individuální finanční potřeby a poskytujeme služby komerční banky pro segmenty retailová klientela (fyzické osoby),...  
[www.csob.cz](http://www.csob.cz) - Praha 5, Radlická - (895 nahňáček)

### Tip Firmy.cz

**X-TRADE BROKERS**  
 Využijte investiční možnosti a investujte s námi zcela bez poplatků.  
[www.xtb.cz](http://www.xtb.cz)

**Generali Pojišťovna a.s.**  
 Nabídka životního i neživotního pojištění. Online sjednání cestovního pojištění a povinného ručení.  
[www.generali.cz](http://www.generali.cz)

**UNIBON**  
 Termínovaný vklad ATTA - výnos 7,8 % za 18 měsíců. Vklady jsou ze zákona pojištěny.  
[www.unibonsud.cz](http://www.unibonsud.cz)



# Reklama ve vyhledávání

„Vyhledávači“

Česky

Firmy.cz - nalezeno na dotaz "reklama"

- Výroba světelné a neonové reklamy
- Billboardová reklama
- Internetová reklama a marketing
- Tisková a letáková reklama
- Balónová reklama

Reklamní předměty | reklamní potisk | reklama :: proven.cz

Reklamní předměty a reklama jsou naše hobby. Flexibilně reagujeme na vaše požadavky a přání. Vyzkoušejte reklamu od specialisty na reklamní předměty. [www.proven.cz/](http://www.proven.cz/) - Plzeň-město - [Zobrazit na mapě](#)

Websurf.cz - reklama zdarma, zvýšení návštěvnosti zdarma

Reklama pro vaše webové stránky. Systém reklamy může používat opravdu každý a to zdarma. [www.websurf.cz/](http://www.websurf.cz/)

reklama-uh.cz - Reklamní portál pro Uherské Hradiště

Reklama cílená na Uherské Hradiště a jeho okolí (± 20km) Velmi výhodné ceny. O projektu [reklama-uh.cz](http://reklama-uh.cz). [www.reklama-uh.cz/](http://www.reklama-uh.cz/)

Reklama, Reklama, billboardy, reklamní plochy, design, grafická ...

Reklamní a inzertní agentura Reality - Inzeráty s.r.o. Reklama, billboardy, reklamní plochy na ... Buďte Vidět, Inzerce Zdarma - Billboardy, reklama na auta, reklamní plochy k ... [www.reklama-billboardy.cz](http://www.reklama-billboardy.cz)

Reklama na auto, snadný výdělek i pro Vás

Reklama na auto, to je možnost pravidelného výdělku v řádu tisíců korun! Proč reklama na auto přes nás? [www.jezdetezadarmo.cz/](http://www.jezdetezadarmo.cz/) - Kladno - [Zobrazit na mapě](#)

Pivní reklama

Asi bych měl doplnit název serveru Pivní reklama.cz o "jednoduchá a vtipná". Tato reklama se mě v celku líbí ale G bych si na dovolenou určitě. [www.pivnireklama.cz/](http://www.pivnireklama.cz/)

Reklama Sklik:

Internetová reklama - PPC

Levná a účinná internetová reklama. Ukažte se lidem, kteří vás hledají! [www.meosagency.cz](http://www.meosagency.cz)

Reklama

Vytvoříme Vám kvalitní reklamní předměty a poutače za dobré ceny! [www.DeltaSign.cz](http://www.DeltaSign.cz)

Reklama

Rex - král světelné reklamy. Máme širokou nabídku a krásné ceny! [www.Rex-Reklama.cz](http://www.Rex-Reklama.cz)

Reklama pro milióny očí

Efektivní reklama pro firmy? Ano! Děláme polepy MHD a aut - levně. [www.MobilBoard.cz](http://www.MobilBoard.cz)

Reklamy

3P výroba světelných reklam ve špičkové kvalitě za rozumnou cenu! [www.svetelne-reklamy-3p.cz](http://www.svetelne-reklamy-3p.cz)

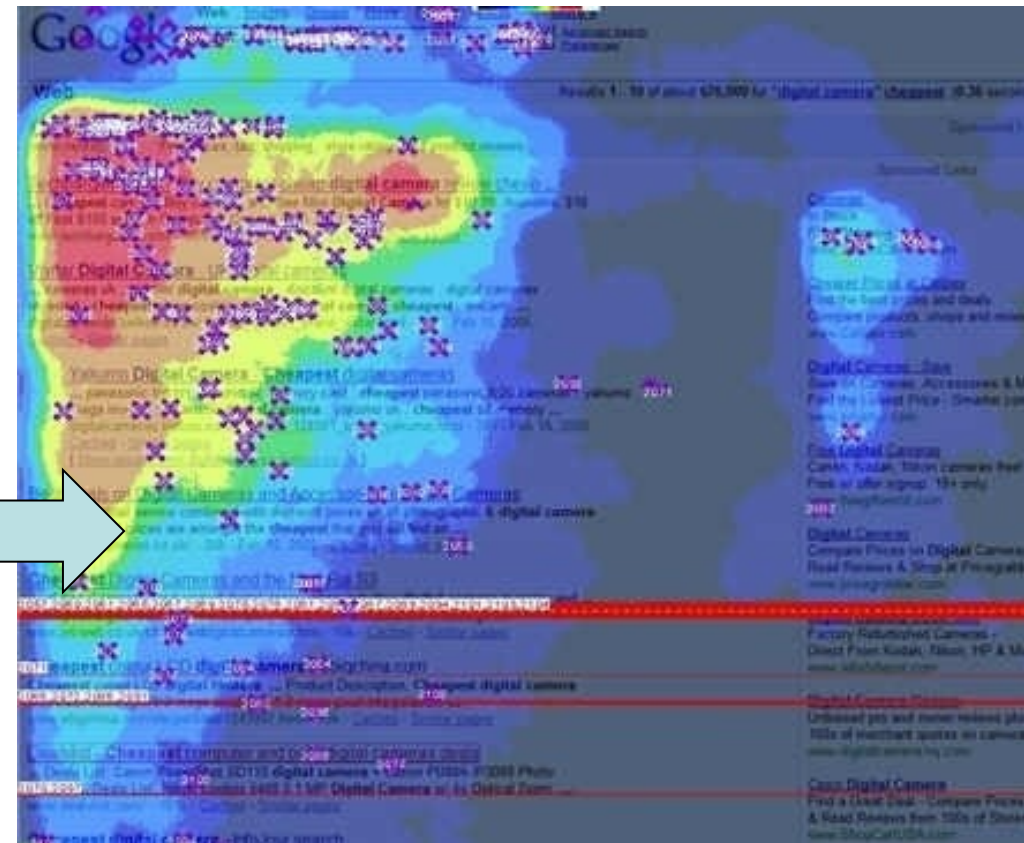
reklama billboard

Zavolejte pro billboardovou plochu, my zajistíme full servis "klikni". [www.venkoni-reklama.cz](http://www.venkoni-reklama.cz)

Reklamní agentura Design

Webdesign, DTP, Grafika, Strategie, PPC, Full-service. Kvalitní služby. [www.grafigo.com](http://www.grafigo.com)

Reklama



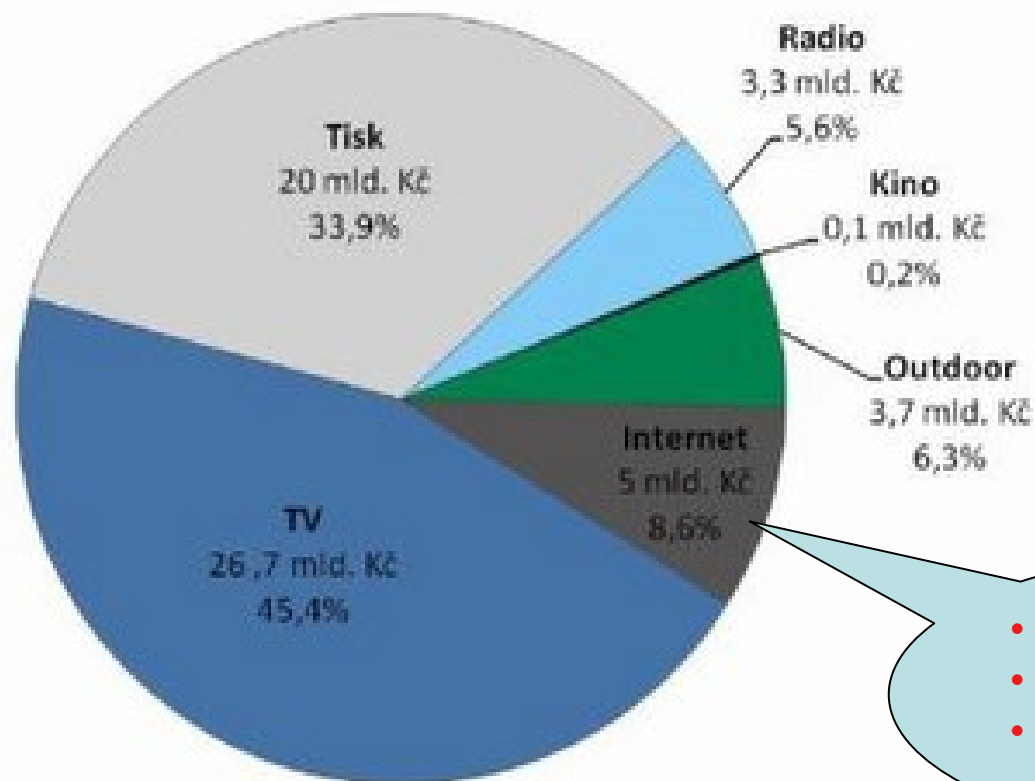
# Výhody internetové reklamy

- Interaktivita
- Měřitelnost
- Cílení
  - sociodemografické
  - behaviorální
- Flexibilita a možnost okamžité reakce v kampani
- Nízké vstupní náklady

# Internet je třetím nejsilnějším mediatypem

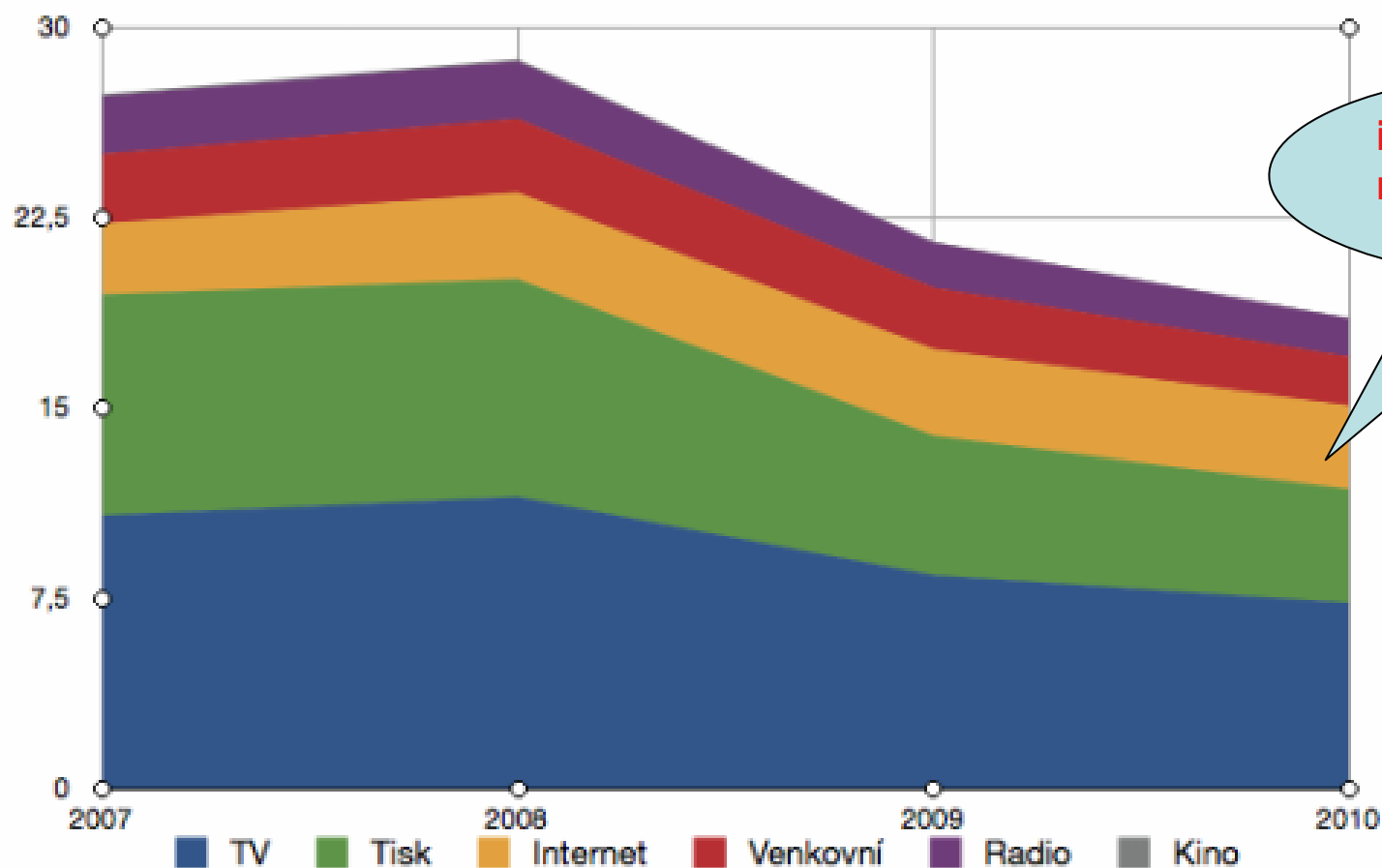


Podíl jednotlivých médiatypů v roce 2008



Zdroj: Factum Invenio, SPIR, [www.spir.cz](http://www.spir.cz) (hrubé investice)

# Internet v porovnání s ostatními medii



internet je jediné  
neklesající médium

Zdroj: OMD (čisté investice vč. barterů – před odečtením bez agenturní provize a bez self promo medií)

# Kdy má jaká forma reklamy smysl?

- Rozhodující je **co je cílem** kampaně
  - Rychlé rozšíření **povědomí o značce**, produktu, službě?
    - Launch produktu/služby/značky
    - Výprodeje, promo akce
  - **Prodej** přes levný distribuční kanál
    - Online prodej, e-shopy atd.
  - Oslovení **úzké cílové skupiny** a/nebo komunity svých zákazníků?
    - Sociodemografické cílení
    - Cílení dle oblasti zájmu či behaviorální cílení
    - Newslettery, emailing atd.
  - **Zapojit uživatele** do procesu tvorby produktu/služby?
    - Získat zpětnou vazbu od uživatelů
  - **Lead management?**
    - Získávání kontaktů na potenciální zákazníky
  - další marketingové cíle....

# Agenda

- Role internetu v celkovém mediamixu
- 

- Případová studie
- Zdroje pro studium a sebezdokonalování



A man in a dark suit and tie stands in a field of many umbrellas. He has a serious expression and is looking directly at the camera. A red speech bubble is positioned to his right, containing text in Czech. The background is a dense field of umbrellas, some open and some closed, creating a textured, repetitive pattern.

**„Řekněte mi, co je cílem kampaně a já vám řeknu, jak změřit její úspěšnost“**

Zdroj: obrázek i citát zapůjčen od kolegů z branže (Ogilvy Interactive)

# Malý slovníček internetové reklamy

- Návštěvnost
  - Návštěvy (Visits)
  - RU
  - Page Views
- Imprese alias zobrazení (IMP)
- kliknutí
- Frekvence =  $IMP/RU$
- CPT/CPM = cost per thousand (cost per mile)
- CPC = cost per click
- CPA = cost per action
- CTR = click through rate (%)
- afinita

# Dobrý banner zvyšuje efektivitu kampaně



**CTR**  
**0,22 %**



**CTR**  
**0,84 %**

# Co je dobré znát pro plánování kampaně

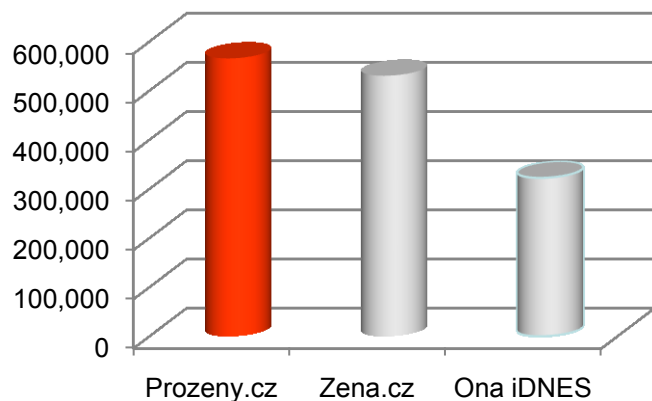
- Návštěvnost serverů (zásah)
  - Např. Seznam.cz – 2.000.000 reálných uživatelů denně
  - [www.netmonitor.cz](http://www.netmonitor.cz)
- Afinity webu
  - Afinity = (podíl CS serveru/podíl podíl CS na internetu)x100%
    - Čím větší afinity, tím přesněji cílím
    - Čím větší afinity tím menší celkový zásah
    - Ale cílení stojí něco navíc
- Další možnost cílení (regionální, behaviorální apod.)
- Obsahová vhodnost (content vs. brand positioning)
- Ceny reklamních pozic

# Plánování kampaně zaměřené na ženy (1/2)

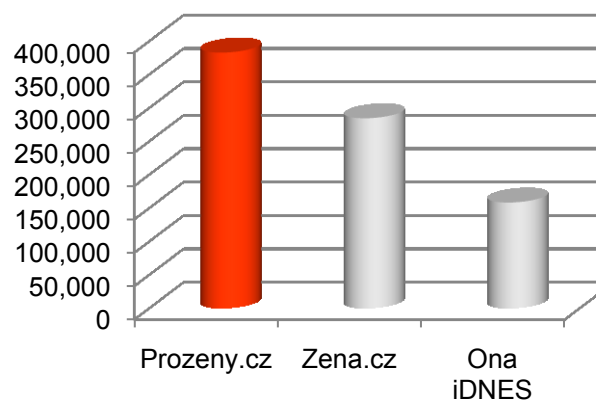
- Zadání pro triviální kampaň:
  - Uvedení nového produktu na trh (např. čaj)
  - Cíl kampaně pro internet:
    - s co nejnižšími náklady oslovit co nejvíce žen na internetu
  - Předem vybrané servery se zaměřením na ženy:
    - Proženy.cz
    - Žena.cz
    - Ona iDnes

# Plánování kampaně zaměřené na ženy (2/2)

RU - celkem



RU - ženy



Zdroj: NetMonitor - SPIR - Mediaresearch & Gemius, listopad 2008

## Analýza návštěvnost:

- Žena.cz a Proženy.cz mají srovnatelnou celkovou návštěvnost
- Cílová skupina „ženy“ je ale lépe zastoupena na Proženy.cz

## Resume:

- Affinita Proženy.cz = 140%, Afinita Žena.cz = 100%
- Za předpokladu, že bannery se prodávají za stejnou cenu (CPT), je reklama na Proženy.cz cca 1,4x efektivnější než na Žena.cz vzhledem k dané CS



# ...hledání „dobré půlky“

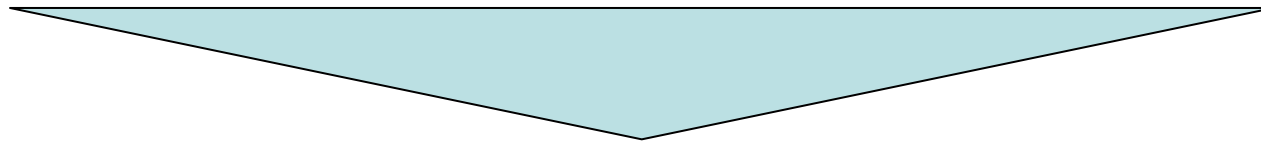
*„Vím, že polovina peněz, které dám na reklamu je zbytečná, ale pořád nevím, která polovina to je.“*

John Wanamaker (1828 – 1922)

- Revoluce - prodej za jednu cenu a možnost vrácení zboží
- První, kdo ve velkém inzeroval (a sledoval návratnost)
- Důvěryhodný a spokojený vztah (etická reklama)

# Vyhodnocení kampaně (post-buy analýza)

- **Cíl:** co nejvíce lidí na stránky za co nejméně peněz
- **Kampaň na serveru A:**
  - Počet zobrazení reklamy = 1.000.000 imps
  - CPT = 100 Kč (za 1000 zobrazení)
  - CTR = 0,20%
- **Kampaň na serveru B:**
  - Počet zobrazení reklamy = 1.000.000 imps
  - CPT = 150 Kč (za tisíc zobrazení)
  - CTR = 0,35% (díky větší afinitě, lepšímu cílení či atraktivnějšímu banneru)

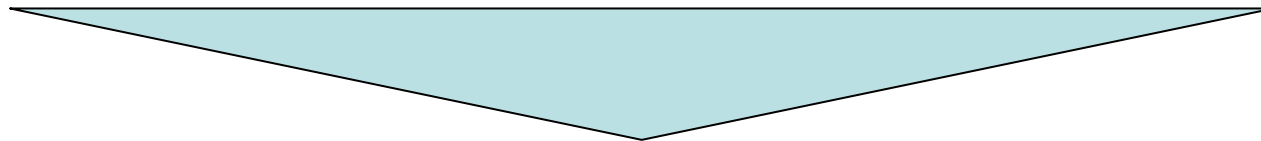


**Na kterém serveru bylo efektivnější\* inzerovat z pohledu nižší ceny za proklik (CPC)?**

\* ceteris paribus

# Vyhodnocení kampaně (post-buy analýza)

- **Výsledek kampaně na serveru A:**
  - Celkové náklady na reklamu =  $100 \text{ Kč} \times 1000 \text{ imps} = 100.000 \text{ Kč}$
  - Celkový počet prokliků =  $1.000.000 \text{ imp} \times 0,2\% = 2.000 \text{ prokliků}$
  - Cena za 1 proklik (CPC) =  $50 \text{ Kč}$
- **Výsledek kampaně na serveru B:**
  - Celkové náklady na reklamu =  $150 \text{ Kč} \times 1000 \text{ imps} = 150.000 \text{ Kč}$
  - Celkový počet prokliků =  $1.000.000 \text{ imp} \times 0,35\% = 3.500 \text{ prokliků}$
  - Cena za 1 proklik (CPC) =  $42,9 \text{ Kč}$



**Reklama na serveru B je efektivnější 😊**

# Agenda

- Role internetu v celkovém mediamixu
- Plánování a vyhodnocování kampaní


- 
- Zdroje pro studium a sebezdokonalování

# Případová studie SAAB

- **Zadání a cíle kampaně:**
  - oslovit potencionální kupce Saabu a představit jim model využívající technologii dvojstupňového turbo motoru TTiD.
  - Mediálními cíli bylo minimalizovat cenu za oslovení unikátního uživatele a dovést uživatele na stránky zadavatele.
- **Řešení:**
  - bylo potřeba zvolit média s vysokým zásahem avšak dostatečně afinitní (*kvůli požadavku minimalizace ceny za oslovení 1 RU*)
  - Na internetu byl tedy zařazen zpravodajský serveru Novinky.cz
  - Komunikace byla omezena na sekce Auto-moto, Ekonomika a Zpravodajství, které vykazovaly v rámci Novinek nejvyšší míru afinitního indexu a stejně tak téměř nejvyšší absolutní počet uživatelů z cílové skupiny z hlediska celé kampaně.
- **Výsledky kampaně:**
  - Počet oslovených RU: 1 267 000 unikátních uživatelů
  - Frekvence: 2,7
  - Cena za oslovení jednoho uživatele byla 0,10 Kč.
  - CPC = 6,30 Kč
  - průměrné CTR 0,55 %

Je to dobře  
nebo špatně?

# Agenda

- Role internetu v celkovém mediamixu
  - Plánování a vyhodnocování kampaní
  - Případová studie
- 



# Další možné zdroje informací

- [www.spir.cz](http://www.spir.cz) – Sdružení pro internetovou reklamu
- [www.netmonitor.cz](http://www.netmonitor.cz) – měření návštěvnosti a analýzy českého internetu
- Reklama na internetu – Petr Stuchlík, Martin Dvořáček (Grada)
- [http://iac.spir.cz/index.php?option=com\\_docman&Itemid=47](http://iac.spir.cz/index.php?option=com_docman&Itemid=47) - Prezentace přednášejících z IAC 2009 (Internet Advertising Conference – Praha)
- <http://blog.h1.cz/category/marketing/> - firemní blog poradenské společnosti H1
- Nenuťte uživatele přemýšlet – Steve Krug ([www.sensible.com](http://www.sensible.com))
- <http://www.starmedia.cz/> - pro reklamožrouty
- Časopisy:
  - Trend Marketing (Economia) <http://trendmarketing.ihned.cz/>
  - Marketing&Media (Economia) <http://mam.ihned.cz/>
  - Strategie <http://www.strategie.cz/>

# Pro ty, co na sobě chtějí pracovat

- 7 návyků skutečně efektivních lidí – Stephen R. Covey
- Jak z dobré firmy udělat skvělou (Good to Great) - Jim Collins
- Hledání dokonalost – Tom Peters
- Konflikty mezi lidmi – Jaro Křivohlavý
- Ekonomie dobra a zla – Tomáš Sedláček
- Mimo řadu – Malcolm Gladwell
- Jak život napodobuje šachy – Gary Kasparov
- Freakonomics (Hidden side of everything) – Steven D. Levitt, Stephen J. Dubner  
– <http://freakonomics.blogs.nytimes.com/>
- The Leader's Way – Dalai Lama
- Spiral Dynamics (Mastering Values, Leadership and Change) – D. E. Beck,
- Six Thinking Hats – Edward de Bono
- Undercover Economist – Tim Harford
- Leadership and the One Minute Manager: Increasing Effectiveness Through Situational Leadership – K. Blanchard, P. Zigarmi, D. Zagirmi
- Snakes in Suits: When Psychopats Go to Work – P.Babiak, R. de Hare

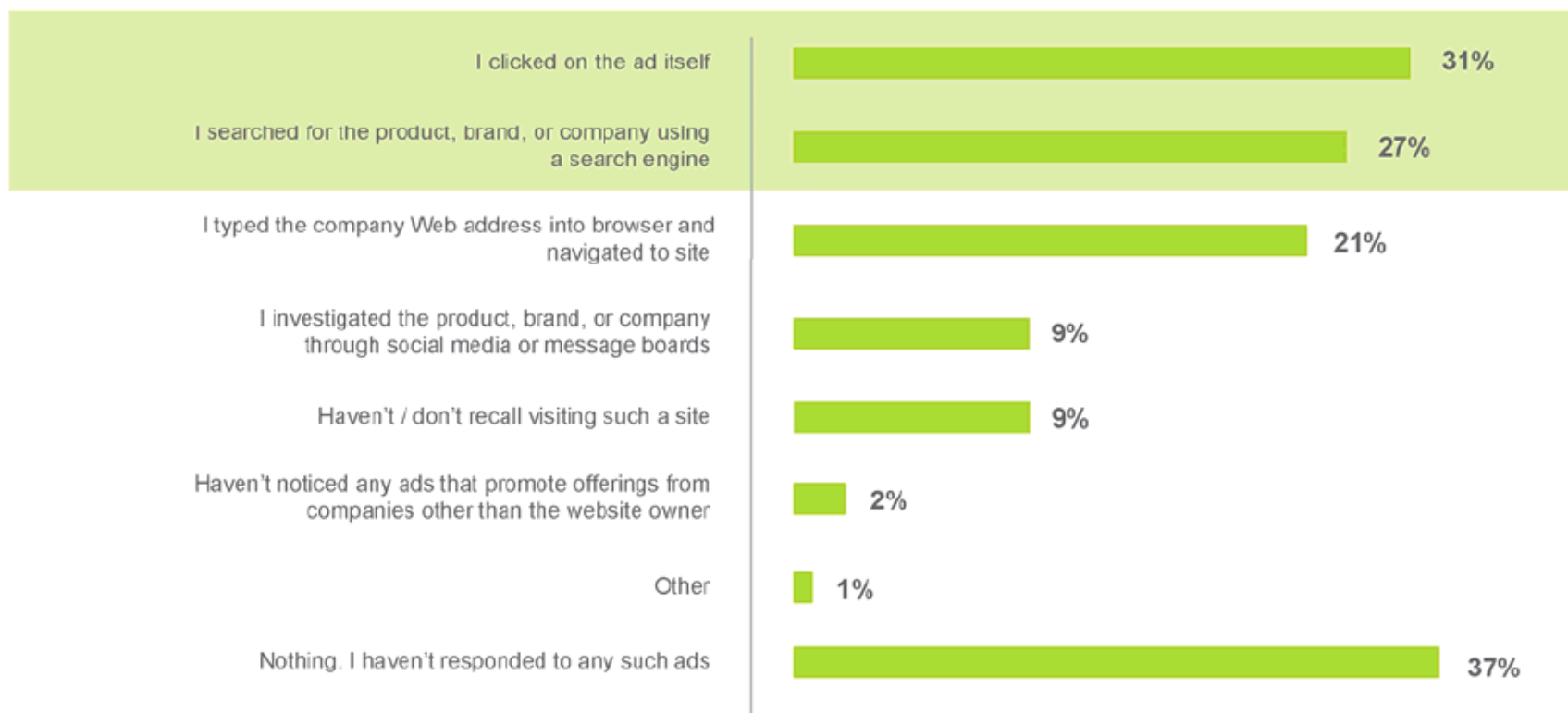
**Hodně štěstí při zápočtu**

Martin Picek [martin.picek@firma.seznam.cz](mailto:martin.picek@firma.seznam.cz)

**Back up**

# ...bannery a hledání jdou ruku v ruce

31% of Internet Users Who Respond to Online Advertising Clicked on the Ad Itself; Another 27% Used a Search Engine



Base: US Online Consumers  
N=1575

Source: Commissioned Custom Research Study by Forrester Consulting on behalf of iProspect, January 2009