

Řešení vybraných zdravotních problémů v populaci s použitím marketingových nástrojů

Vojtěch Janíček
Brno, 15.11.2022

„Šest ze sedmi nejrizikovějších faktorů způsobujících v Evropě předčasnou úmrtí (vysoký krevní tlak, cholesterol, BMI, nedostatečný příjem ovoce a zeleniny, nízká fyzická aktivita a nadměrné užívání alkoholu) přímo souvisí s tím, co jíme, co pijeme a kolik máme pohybu.“

Lidské chování lze ovlivňovat.

Můžeme to dělat špatně.

Kvalitní ubytování v Liberci!
HOTELY - PENZIONY - RESTAURACE +420 774 484 001
www.liberec-ubytovani.cz
Pytloun

BARVY FASÁDY DEKORACE
200m ← www.avistoc.cz

Opravdové
řeznictví,
ne jen prodejna masa
gladius
DŮKAZY

Sřezáči síndele
119,-
OBI

mBank.cz | 844 777 000
**Nenechte se obírat
drahými půjčkami.**
Už ani trochu!
mPůjčka Plus – ušetřete až 17 000 Kč

BigBoard
1025381

SEX
SHOP
100m
DVD PŮJČOVNA

Loterie Fortuna
West
TABÁK
TRAFICON
TABÁK - ALKOHOL
NÁPOJE
NOVINY - ČASOPISY
ZMRZLINU
20,-
Ověřte si cenu
Pá - Pá 8.00 - 3.00
So 7.00 - 20.00
Ne 8.00 - 20.00

TAXI
ČEKLA PIVOVARNA
KAPRIZIČKA



Nebo dobře.





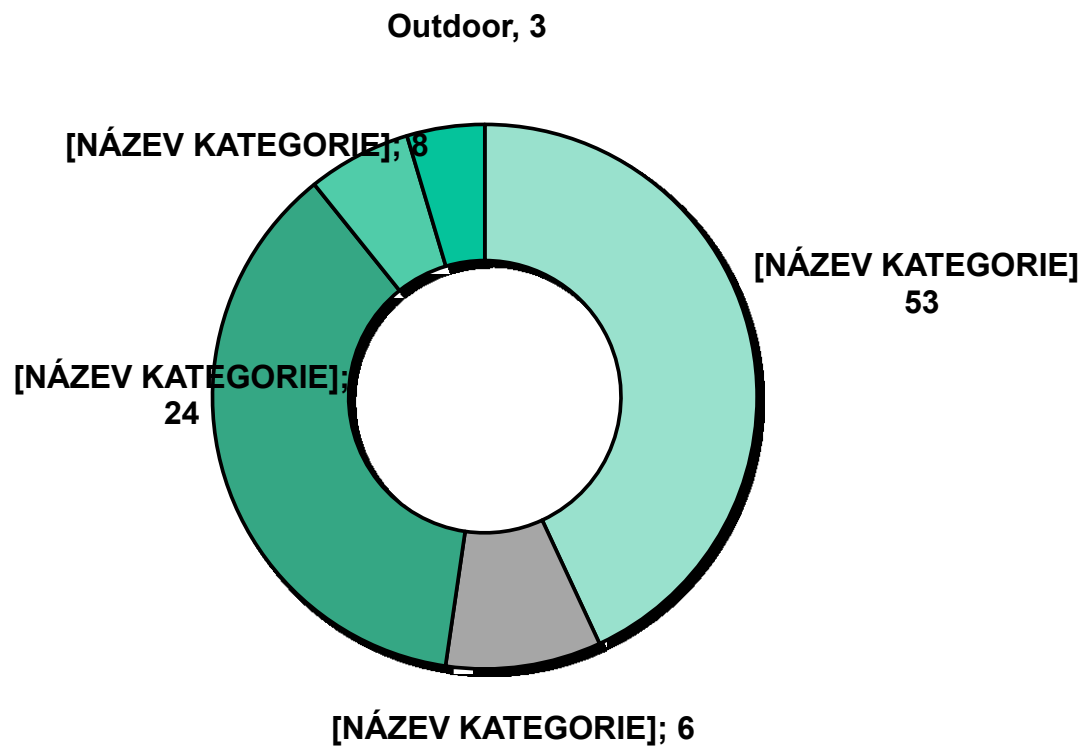
V čem je tento příklad důležitý?

Pracovat musíme chytře.

Proč?

Mediatypy v roce 2010

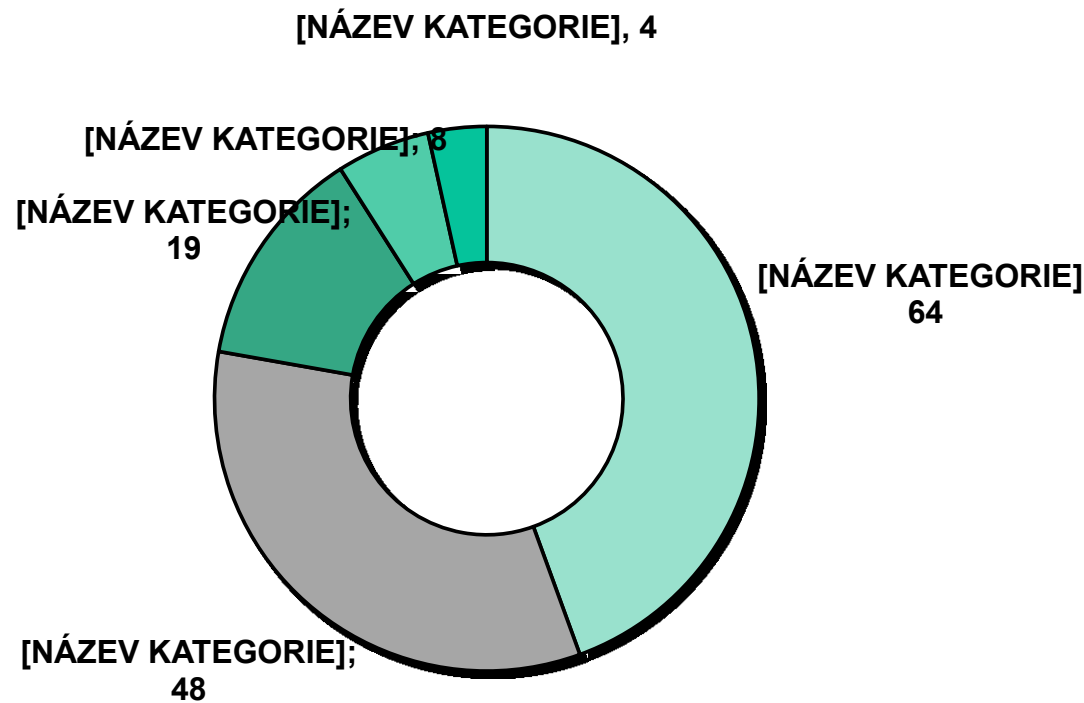
- Podíl dle inzerce (v mld. Kč)



Cca 90 miliard Kč.

Mediatypy v roce 2021

- Podíl dle inzerce (v mld. Kč)



Cca 140 miliard Kč.

Kampus stál cca 5 miliard Kč.

Reklamy je hodně.

Opravdu hodně.

Např. 60 % respondentů uvádí přesycenost reklamou u sítě Facebook a YouTube.

TOP zadavatelé reklamy do médií v roce 2021



TOP zadavatelé reklamy do médií v roce 2021

Pořadí	Zadavatel (vlastník značky)	2021
1.	Lidl Česká republika	2 099 155 000 Kč
2.	Kaufland Česká republika	2 048 378 000 Kč
3.	Albert Česká republika	1 829 007 000 Kč
4.	SAZKA	1 731 858 000 Kč
5.	Alza.cz	1 691 304 000 Kč
6.	Simply You Pharmaceuticals	1 417 540 000 Kč
7.	HP Tronic Zlín	1 300 695 000 Kč
8.	BILLA	1 291 508 000 Kč
9.	Mountfield	1 251 084 000 Kč
10.	HENKEL ČR	1 218 523 000 Kč

Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring

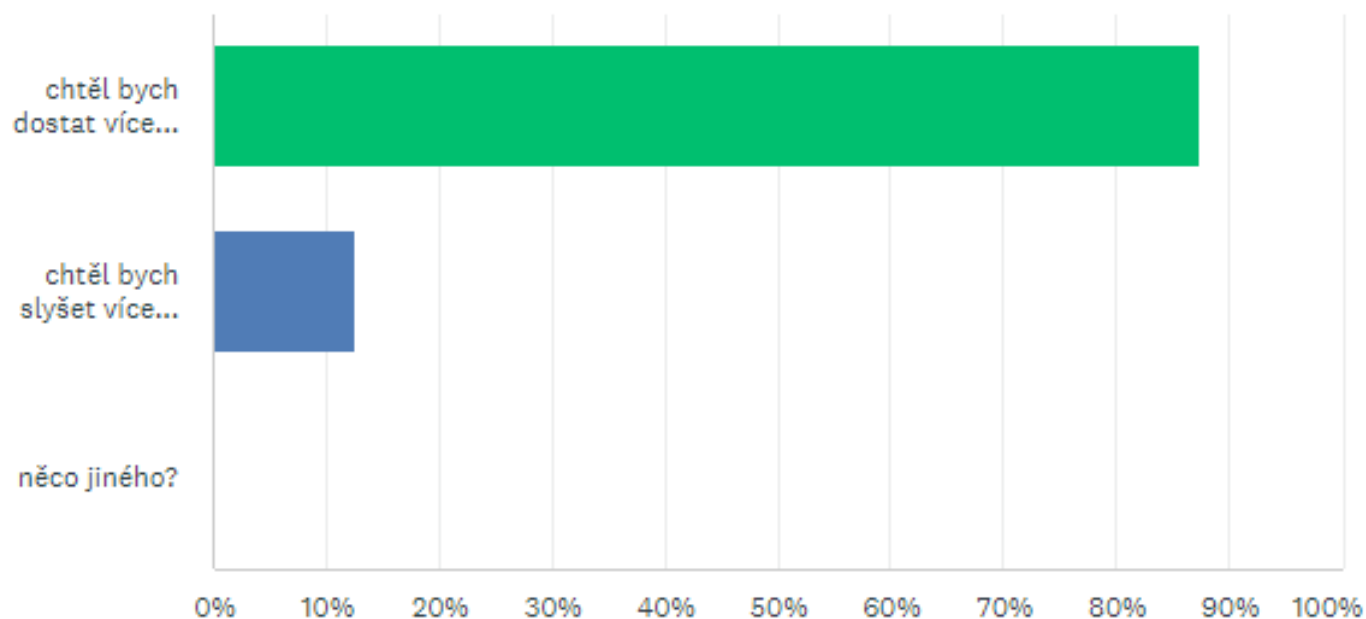
bez vlastní inzerce

Jaký problém vlastně řeším?

Chci praktické tipy na
zviditelnění mé nutriční
poradny.

Hlavně na internetu.

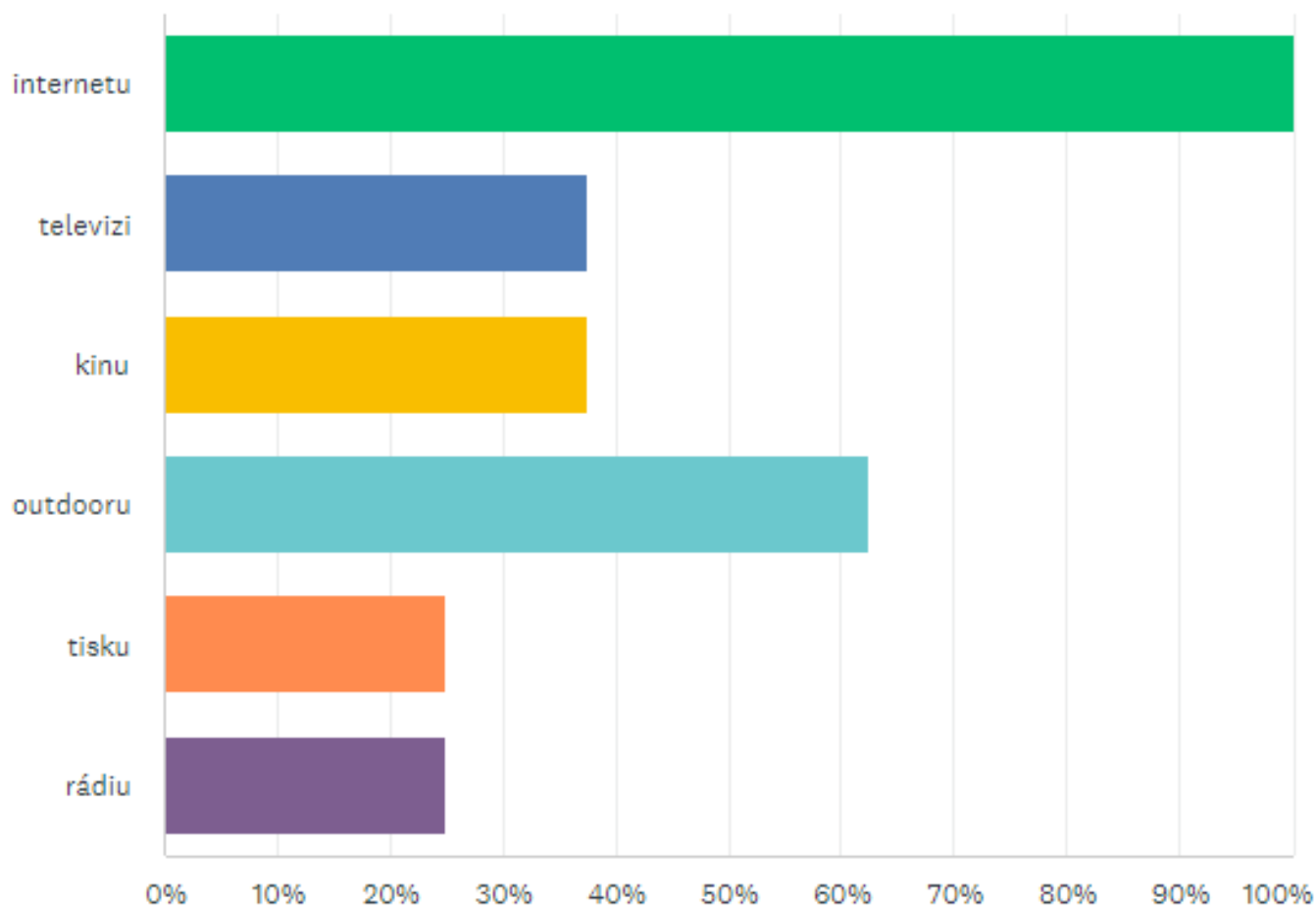
Jaké informace bys uvítal(a)?



chtěl bych dostat více praktických tipů na efektivní zviditelnění nutriční poradny 87.50%

chtěl bych slyšet více příkladů jak státy využívají marketingové nástroje 12.50%

Nejpřínosnější část přednášky byla část o

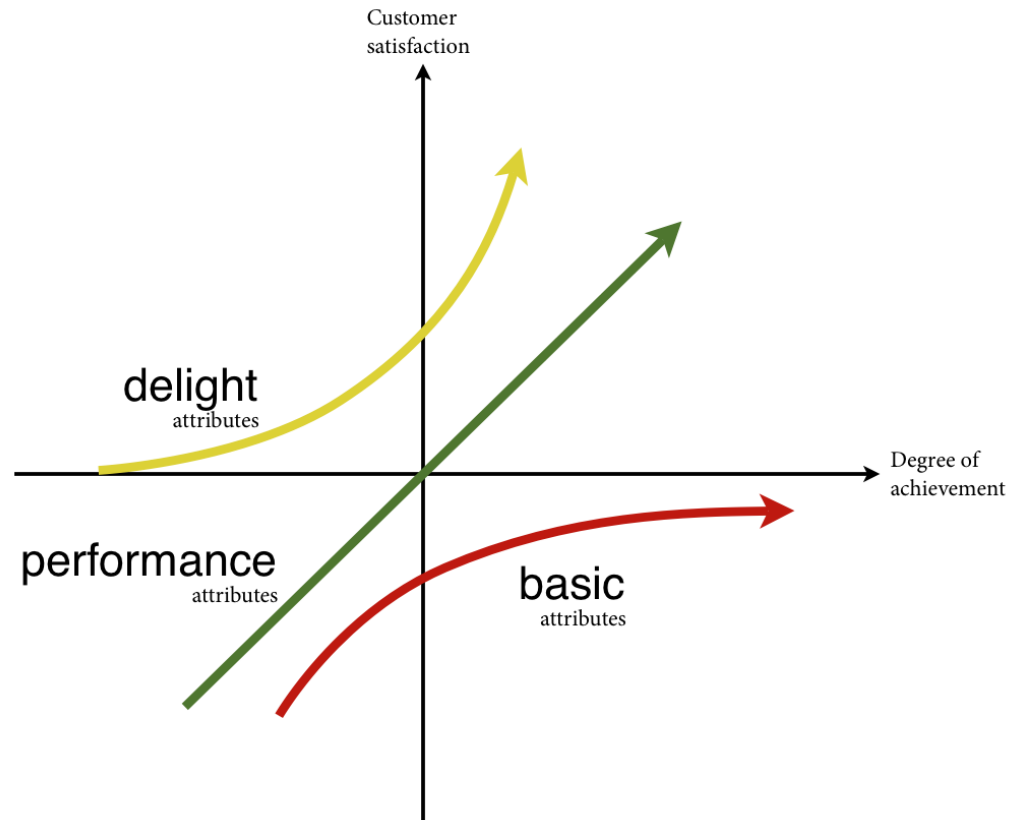


Teorie mluví o rozmanitých aspektech podpory prodeje...

- product = packaging, branding, užitná hodnota
- price = cena
- place = místo, kde produkt prodáváme, pokrytí trhu, lokalita
- promotion = podpora prodeje

Pojďme do praxe...a přemýšlejme takto!

- Kánův model



Základní charakteristiky

- klienti je vždy očekávají
- pokud je nenabídnete, tak způsobíte velkou nespokojenost
- pokud je nabídnete, pouze se vyhnete negativním reakcím
- nedělejte nikdy víc navíc

Příklady:

- teplá voda v hotelovém pokoji k dispozici 24/7
- lednice udržuje teplotu 4-5 °C
- vestavěné osvětlení vnitřního prostoru lednice
- mobil s funkcí telefonovat/vybrat různá zvonění/pustit mp3
- antikorozi ochrana karoserie auta
- snadno dostupná informace o odborném vzdělání a portofoliu služeb v nutriční poradně (web/FB/...)

Výkonnostní charakteristiky

- mají lineární vztah: čím méně jich existuje, tím méně budou klienti spokojeni. Čím více jich existuje, tím více budou spokojeni.
- musíte je mít ve stejné kvalitě jako konkurence

Příklady:

- rozlišení fotoaparátu u mobilu/monitoru počítače
- výdrž baterie u mobilu
- zrychlení u motorky
- hmotnost u kol (trekových, horských a silničních)
- energetická úspornost u myčky
- objem úložného prostoru v lednici/objem bubnu u pračky
- měření tuku v těle/cholesterolmetr
- pestré jídelníčky na míru: redukční program, výživa dětí, manažerská dieta, sportovní výživa

Extra charakteristiky

- představují skutečný nebo domnělý benefit
- nepřítomnost nevede ke zklamání, ale dokáží klienta nadchnout
- i malé vylepšení má obrovský dopad

Příklady:

- prodloužená záruka
- stylové zpracování
- bezdotyková platba u mobilu
- snídaně v hotelu z regionálních a organických produktů
- odborná nutriční spolupráce s časopisy a televizí
- schopnost uspořádat odborný event na míru
- ochutnávky zdravých variant svačinek
- smoothies ze superpotravin

Dobře. A co dál?

- 1) Identifikovat všechny charakteristiky, na které zákazníci při nákupu slyší
- 2) Stanovit jednotlivým charakteristikám váhu důležitosti
- 3) Popsat nákupní cesty a z nich vybrat tři nejčastější – a na ty se zaměřit!

Unique Selling Points

Quantikine[®]

Complete Ready-To-Use ELISA Kits



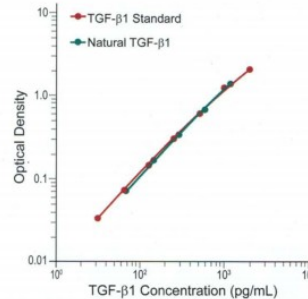
Unique Selling Points

The Highest Quality and Performance

In-house manufacturing and extensive validation testing ensure outstanding performance and consistency.

Accurate Detection of Natural Proteins

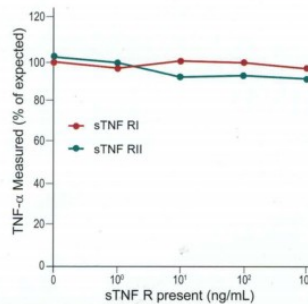
Antibody pairs recognize the supplied recombinant standard and the natural proteins in biological samples in a parallel manner, confirming that Quantikine ELISA Kits can be used to measure the relative mass values of the natural analyte. Protein standards are correlated to the NIBSC/WHO standard when available. R&D Systems has determined the ideal standard curve range for each assay, ensuring peak sensitivity and reproducibility of results.



Recognition of Recombinant and Natural Human TGF-β1. Serial dilutions of rhTGF-β1 standard (red line) or natural TGF-β1 present in serum (green line) were quantitated using the Human TGF-β1 Quantikine ELISA Kit (Catalog # DB100B). Quantikine ELISAs detect both recombinant and natural proteins in a parallel manner across a range of concentrations.

High Specificity

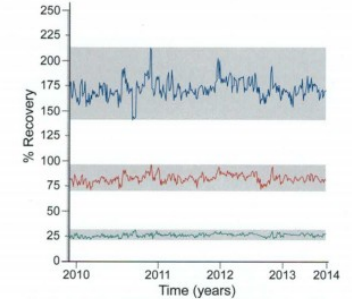
Every Quantikine ELISA Kit is extensively tested against related molecules to ensure no cross-reactivity or interference.



Quantikine ELISAs are Analyte-Specific. Concentrations of TNF-α ranging from 125-1,000 pg/mL were measured in the presence or absence of soluble TNF RI or soluble TNF RII using the Human TNF-α Quantikine ELISA Kit (Catalog # DTA00C). The presence of soluble TNF receptors did not affect TNF-α quantitation.

Confirmed Lot-to-Lot Consistency

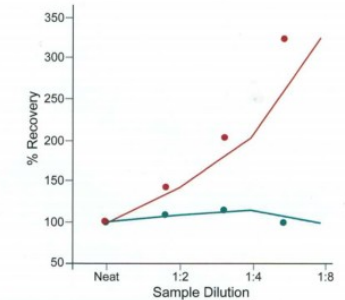
All kits are tested to ensure low background, a linear standard curve, consistent assay sensitivity, and a broad dynamic standard curve range. Consistent control values established during assay development ensure that sample data is comparable over time.



Quantitation of Human IL-6 in High, Medium, and Low Controls. High (blue line), medium (red line), and low (green line) controls are assayed with every manufactured lot of the Human IL-6 Quantikine Kit (Catalog # D6050). Controls for the Human IL-6 Quantikine ELISA kit fall within acceptable ranges (gray bars) and remain constant from lot to lot.

Precise Quantitation of Target Analyte

Assay diluents are carefully optimized for each Quantikine ELISA Kit in order to minimize assay interference due to non-specific binding, antibody interference, and cross-reactivity, which can be caused by assay surfaces or endogenous substances present in biological samples. Spike recovery and assay linearity experiments ensure that data are accurate for all validated sample types.



Assay Linearity as a Measure of Immunoassay Accuracy. Heparin plasma samples spiked with recombinant human Thrombomodulin were serially diluted. Thrombomodulin was quantitated using the Human Thrombomodulin/CD141 Quantikine ELISA Kit (Catalog # DTHBD0; green line) or an ELISA from a competitor (red line). Assay linearity values for the Quantikine ELISA kit fell within acceptable values (90-110% of the undiluted samples), while samples measured using a competitor's ELISA did not (141-325% of the undiluted samples).

Unique Selling Points

Quantikine ELISA Kit Features

R&D Systems Quantikine ELISA Kits contain all of the components required to perform an immunoassay to measure the concentrations of natural or recombinant analytes.



Kit Components

- pre-coated 96-well microplate
- HRP-conjugated detection antibody
- mass-calibrated standard
- optimized Assay and Calibrator Diluents
- Wash Buffer
- Color Reagent A and B
- Stop Solution
- plate sealers
- detailed protocol

Highly Referenced

R&D Systems' unrivaled reputation for quality has made Quantikine ELISA Kits the gold standard and most referenced ready-to-use ELISA in the industry. With over 25,000 product citations, our database makes it easy to view relevant references citing the use of Quantikine ELISA Kits. The citations database includes information on sample type and a direct link to the research article, making it simple to select the ideal Quantikine ELISA Kit.

Ready-To-Use

Containing all of the supplies and reagents needed to perform an ELISA, Quantikine ELISA Kits are a complete solution for measuring target analyte concentrations.

Superior Performance

Carefully selected antibody pairs, precision automated microplate coating, and optimally formulated diluents ensure accurate results.

Rigorous Validation Testing

Validation testing for all Quantikine ELISA Kits includes intra- and inter-assay precision, assay linearity and recovery, as well as kit stability and assay drift. The detection of natural analyte assessed in validated sample types and values are compared to published analyte concentrations.

Extensive Analyte Selection

R&D Systems offers over 400 Quantikine ELISA Kits with a selection of analytes that support range of biological processes, including:

- cytokine and growth factor biology
- inflammation
- cancer biology
- angiogenesis
- apoptosis
- neuroscience
- nephrology
- cardiovascular biology
- obesity/diabetes
- bone metabolism

DESCRIPTION	CATALOG #	SIZE	QTY
Human VEGF Quantikine ELISA Kit	DVE00	1 Kit	1
Human VEGF Quantikine PharmPak (50 Plates)	PVE00	1 Pack	
Human VEGF Quantikine SixPak (6 Plates)	SVE00	1 Pack	1

PRODUCT DETAILS ASSAY PROCEDURE RELATED PRODUCTS & INFORMATION FAQ **CITATIONS**

Citations of cell biology reagents in peer reviewed literature can be used as a direct measure of product quality. They can also provide crucial insight into their use under specialized or unique experimental conditions. Because of the importance published citations have to researchers, R&D Systems personnel manually curate a database that contains references using R&D Systems products. The data collected includes not only links to publications in PubMed, but also provides information about sample types, species, and experimental conditions.

Results: 1 to 10 of 224

Filter your results:
 Species: All Sample Type: All

- Hypoxia potentiates glioma-mediated immunosuppression.
 Fok T, Fuller G, Heimberger AB, Kong LY, Mellito G, Friebe W, Wang Y, Wei J, Wu A
 PLoS ONE 2012 6:e16195
 Species: Human
 Sample Type: Cell Culture Supernates
- Human Herpesvirus 8 (HHV8) sequentially shapes the NK cell repertoire during the course of asymptomatic infection and Kaposi sarcoma.
 Callat-Zucman S, Chaukem SP, Dupuy S, Lambert M, Lebbe C, Pages C, Tognarelli S, Zucman D

PRODUCT DATASHEET
 CERTIFICATE OF ANALYSIS
 MSDS
 ASSAY PRINCIPLE
 FEEDBACK

Co pak s tím? Porovnejte se!

1	Název	Cat.No.	Cena	Datum expirace (je-li známa)	Formát ELISA	Matrice	Měřicí rozsah	Citlivost	Konjugát	Protilátky (Mono/Poly)	Jednot. inkubace	RUO/IVD	Interní kontroly ano/ne	Souhrn analytických parametrů (+mají v PDS údaj o diluční linearitě + spiking recovery + intra CV + inter CV?)	Celkový dojem (informace v PDS, serioznost, user-friendly...)	Výhody
2	MLB			MK			2,5 ng - 0,039 ng	29 pg/ml		nemají	kratsi	RUO		Ano	standard	
3	BV			12+6			2 - 0,6 ng	8 pg/ml		poly		RUO		ANO	standard	měnsi objem vzorku
4																
5																

- Příklady relevantních charakteristik: cena, datum expirace, formát, matrice, měřicí rozsah, citlivost, konjugát, protilátky, RUO/IVD, interní kontroly, celkový dojem

Praxe

- 1) Identifikovat všechny charakteristiky, na které zákazníci při nákupu slyší
- 2) Stanovit jednotlivým charakteristikám váhu důležitosti
- 3) Popsat nákupní cesty a z nich vybrat tři nejčastější – a na ty se zaměřit!



Výživový poradce - Martin Spilka vás naučí správně jíst

Dobrý den, jmenuji se Martin Spilka a od roku 2000 poskytuji odborné služby jako výživový poradce.

- Mou ordinací prošlo více jak 6500 klientů
- Výživový plán se vytváří zcela na míru
- Nevyžaduji 100% dodržení všech pravidel
- Nabízím individuální a lidský přístup

Jak poznat kvalitního výživového poradce?

Výživových a nutričních poradců jsou tisíce, avšak většina z nich nemá pozitivní recenze, neboť svůj byznys

Praxe

- 1) Identifikovat všechny charakteristiky, na které zákazníci při nákupu slyší
- 2) Stanovit jednotlivým charakteristikám váhu důležitosti
- 3) Popsat nákupní cesty a z nich vybrat tři nejčastější – a na ty se zaměřit!

Podíl všech vyhledávačů na českém trhu



Infografika zobrazuje **vývoj poměru organické návštěvnosti** z vyhledávačů **Google** a **Seznam**. Závěry vycházejí z analýzy téměř 100 webů klientů agentury **eVisions Advertising s.r.o.**



Tuto infografiku vydala a autorská práva vlastní agentura eVisions Advertising s.r.o.
Online Marketing & Advertising www.evisions.cz ©eVisions Advertising s.r.o. 2020

Tipněte si....

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red) against a solid black rectangular background.The SEZNAM.CZ logo features a stylized red 'S' followed by the text 'EZNAM.CZ' in a grey, sans-serif font, all set against a solid black rectangular background.

Google vs. Seznam

71 : 29 (desktop)

83 : 17 (mobilní telefony)



doplňky stravy brno



[Vše](#)

[Nákupy](#)

[Obrázky](#)

[Mapy](#)

[Zprávy](#)

[Více](#)

[Nástroje](#)

Přibližný počet výsledků: 762 000 (0,70 s)

Reklama · <https://www.fitness4u.cz/> ▾ 725 080 000

Vše pro sportovní nadšence - Nakupte výhodně - fitness4u.cz

Vše pro fitness a posilování. Sportovní výživa, fitness oblečení a sportovní vybavení. Doporučuje 99 % zákazníků. Tisíce produktů skladem. Rychlé zaslání!

Proteiny

Syrovátkové, veganské, vícesložkové a další. Obří sortiment proteinů.

Nejnovější produkty

Produkty, které si nesmíte nechat ujít. Podívejte se, co máme nového.

Reklama · <https://www.insportline.cz/> ▾ 556 300 970

Doplňky Stravy Brno - Královská garance 30 dní

Unikátní **Doplňky Stravy Brno**. Nakupuj u Fitness specialistů! Unikátní kombinace kvalitních...

20, Bidláky 837, Štýřice - Dnes zavřeno · Otevírací doba ▾

<https://www.foractiv-brno.cz> ▾

ForActiv Brno | FITNESS & WELLNESS SHOP

ForActiv je přímým dovozcem sportovní a doplňkové výživy garantované kvality pro země východní Evropy. Všechny námi nabízené produkty jsou GMO free.

<https://www.alza.cz> › [Brno](#) › [Zdraví](#) ▾

Doplňky stravy Brno | Alza.cz

Doplňky stravy skladem na prodejnách ve městě **Brno** ✓ Nakupte a vyzvedněte zboží ihned v blízkosti vašeho domova ✓ Bez poplatku za osobní odběr ✓ Na ...

<https://www.alza.cz> › ... › [Sport a outdoor Brno - Střed](#) ▾

Sportovní výživa Brno - Střed | Alza.cz

Sportovní výživa skladem na prodejně **Brno** - Střed ✓ Nakupte a vyzvedněte zboží ihned v blízkosti vašeho ... Anabolizéry Alternativní **strava Brno** - Střed ...

Přibližný počet výsledků: 762 000 (0,70 s)



Reklama · <https://www.fitness4u.cz/> ▾ 725 080 000

Vše pro sportovní nadšence - Nakupte výhodně - fitness4u.cz

Vše pro fitness a posilování. Sportovní výživa, fitness oblečení a sportovní vybavení. Doporučuje 99 % zákazníků. Tisíce produktů skladem. Rychlé zaslání!

Proteiny

Syrovátkové, veganské, vícesložkové a další. Obří sortiment proteinů.

Nejnovější produkty

Produkty, které si nesmíte nechat ujít. Podívejte se, co máme nového.



Reklama · <https://www.insportline.cz/> ▾ 556 300 970

Doplňky Stravy Brno - Královská garance 30 dní

Unikátní **Doplňky Stravy Brno**. Nakupuj u Fitness specialistů! Unikátní kombinace kvalitních...

📍 20, Bidláky 837, Štýřice - Dnes zavřeno · Otevírací doba ▾

<https://www.foractiv-brno.cz> ▾

ForActiv Brno | FITNESS & WELLNESS SHOP

ForActiv je přímým dovozcem sportovní a doplňkové výživy garantované kvality pro země východní Evropy. Všechny námi nabízené produkty jsou GMO free.

<https://www.alza.cz> > Brno > Zdraví ▾

Doplňky stravy Brno | Alza.cz

Doplňky stravy skladem na prodejnách ve městě **Brno** ✓ Nakupte a vyzvedněte zboží ihned v blízkosti vašeho domova ✓ Bez poplatku za osobní odběr ✓ Na ...

<https://www.alza.cz> > ... > Sport a outdoor Brno - Střed ▾

Sportovní výživa Brno - Střed | Alza.cz

Sportovní výživa skladem na prodejně **Brno** - Střed ✓ Nakupte a vyzvedněte zboží ihned v blízkosti vašeho ... Anabolizéry Alternativní **strava Brno** - Střed ...

Požádat o zpětnou vazbu

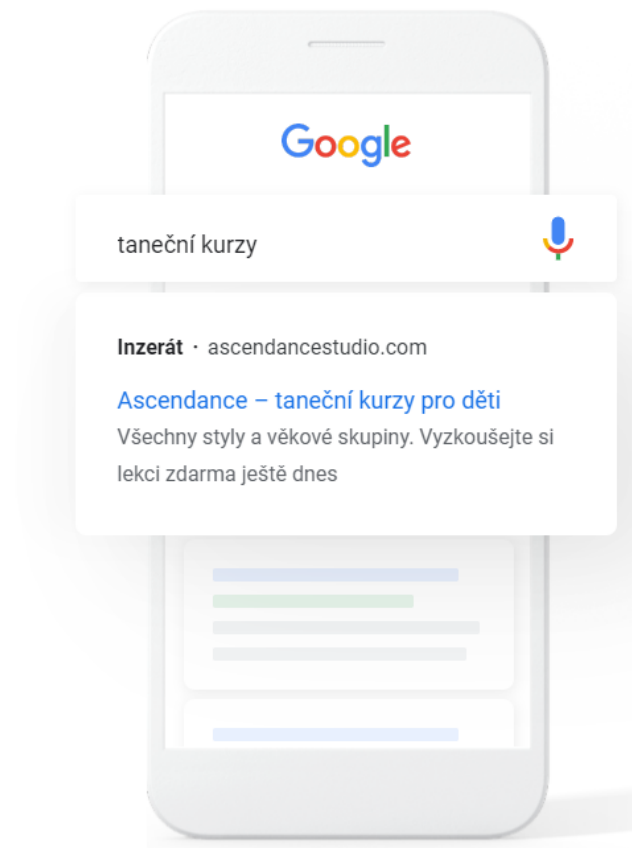
Přihlaste se

Začít

Podpořte růst své firmy se službou Google Ads

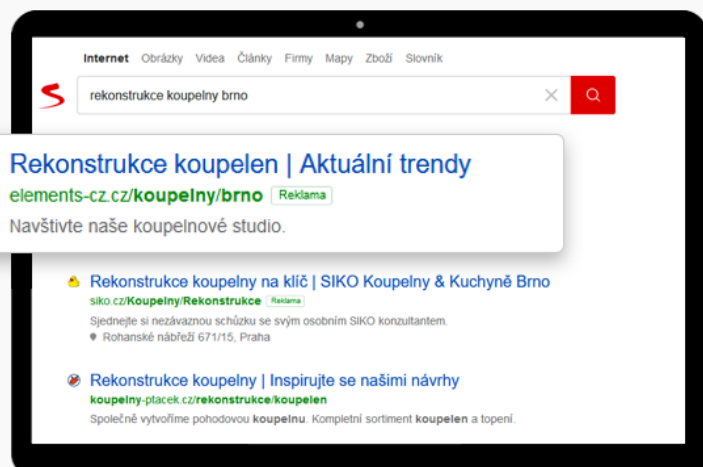
Oslovte zákazníky, kteří ve Vyhledávání a v Mapách Google hledají firmy, jako je ta vaše. Platíte jen za výsledky, například za kliknutí vedoucí na váš web nebo za hovory do vaší firmy.

Začít



Získáte nové zákazníky. Levně a hned

Díky Sklik.cz budete vidět ve vyhledávání Seznam.cz, obsahové síti a na dalších nejnavštěvovanějších webech českého internetu.



Jednoduše a rychle nastavíte reklamu



Oslovíte ty, které chcete



Své investice máte pod kontrolou



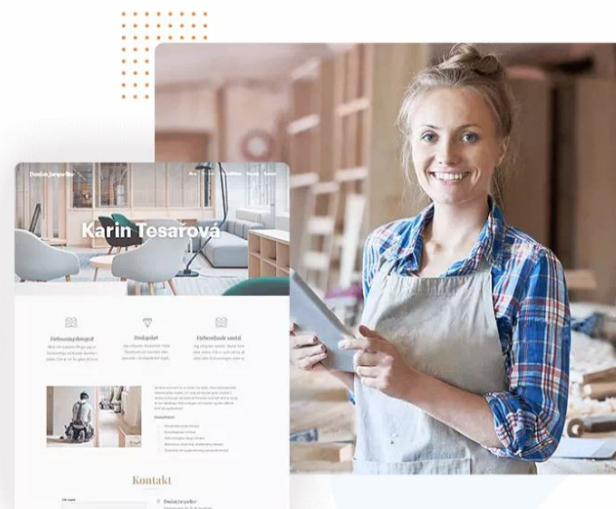
Výkon reklamy můžete snadno vyhodnotit

Vytvořte si webové stránky zdarma

Více než 40 milionů našich uživatelů si již vlastní stránky vytvořilo. Je to opravdu snadné. Přidejte se k nim ještě dnes.

Vytvořit web zdarma

✓ Jednoduše ✓ Rychle ✓ Bezpečně



Modelový problém na webu.

Jak přiměju k registraci nové
zákazníky?

Existuje 26 způsobů.

Příklad z praxe

- Stažení e-booku či jiného materiálu (např. tabulka pro měření)

Ke každému nákupu ZDARMA

- ✓ E-book Praktický průvodce správným měřením tlaku
- ✓ Tabulka pro zapisování výsledků měření



Příklad z praxe

- Přihlášení se k odběru newsletteru (lze motivovat vouchерem, např. sleva 10 % na první nákup)



Příklad z praxe

- Přepošlete příteli

feelunique.com
THE DESTINATION FOR BEAUTY

Thanks for your recent visit. Any friend of yours is a friend of ours - so why not send them something special, and get something special in return?



Introductions made easy

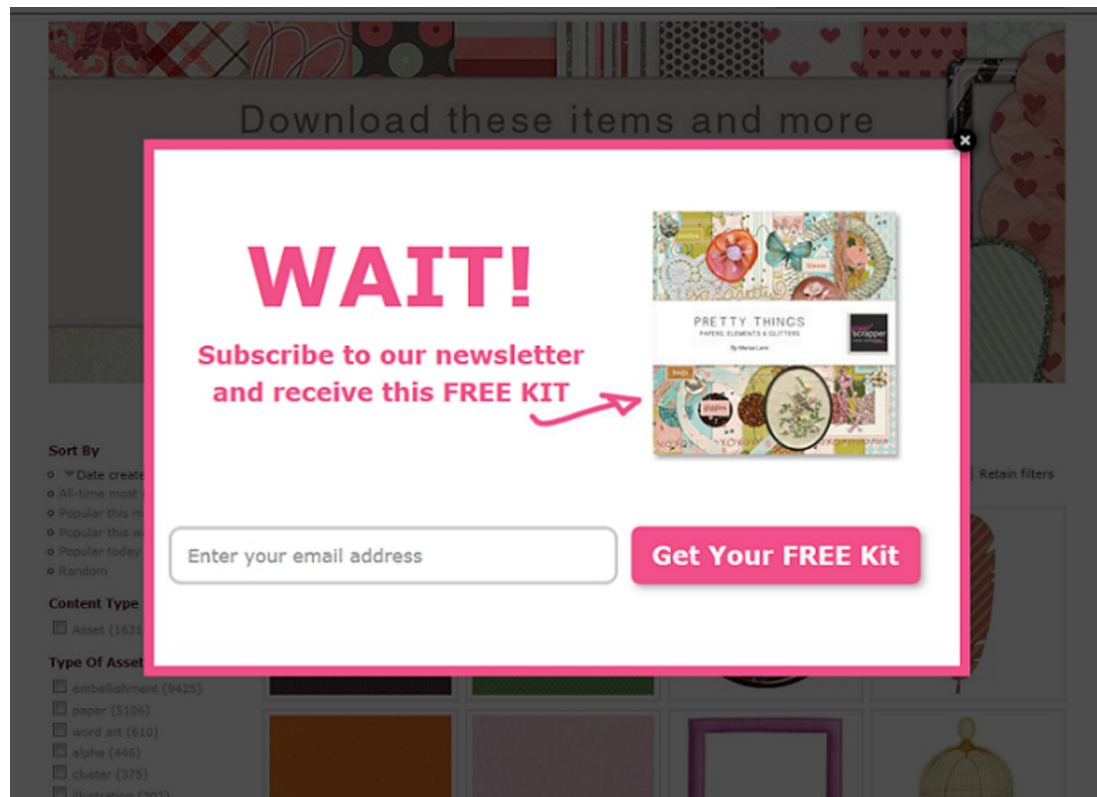
We'll give you a unique link to share with your friends and family. You can share it on Facebook, Twitter, via email, or even with your favourite messaging app. Clicking on your unique link will give your friend access to something special, and once they're done you'll get your reward.

INTRODUCE YOUR FRIENDS AND EARN REWARDS



Příklad z praxe

- Exit intent technology



Příklad z praxe

- Chat - produktová podpora (nutno zadat email před zahájením)
- Poradna pro registrované (odborník lékař)
- Klubové slevy (věrnostní program)
- FB „Vyzvedněte si dárek k narozeninám“ – Dárek Vám zašleme na email – Email: Zde máte sl. kupón
- FB status „Vyhrajte X“ – Pro účast v soutěži vyplňte email
- Pop – up okno během průchodu webem
- Udělat webinář
- Vyhodnocení testu
- Extra kvalitní články v poradně za registraci
- Upozornění na expiraci
- Interstitial (formát reklamy přes celé okno prohlížeče na 5 sekund před načtením obrazovky)
- Super krátké výzkumy na webu
- Nabídnout sladkost za vizitku
- Zákaznický affiliate (Pomoz kamarádům, co si chtějí koupit lékárníčku)
- Uložit do zapamatovatelných (nikoliv na principu cookies)
- Dotazy k produktu
- Lákat pod vynikajícími články
- Uspořádat akci a vyžadovat email (lze vyžadovat i při fyzické registraci na akci)

Příklad z praxe

- Diskuze pod články
- Při fyzickém nákupu / komunikaci se zákaznickou linkou „výhra“ slevy (Kam ji mám zaslat?)

Hlavně se vyhnout nakupování emailových adres!

Existují jiné cesty?

Lukáš Roubík a kolektiv

MODERNÍ VÝŽIVA

VE FITNESS A SILOVÝCH SPORTECH



Zpátky k internetu.

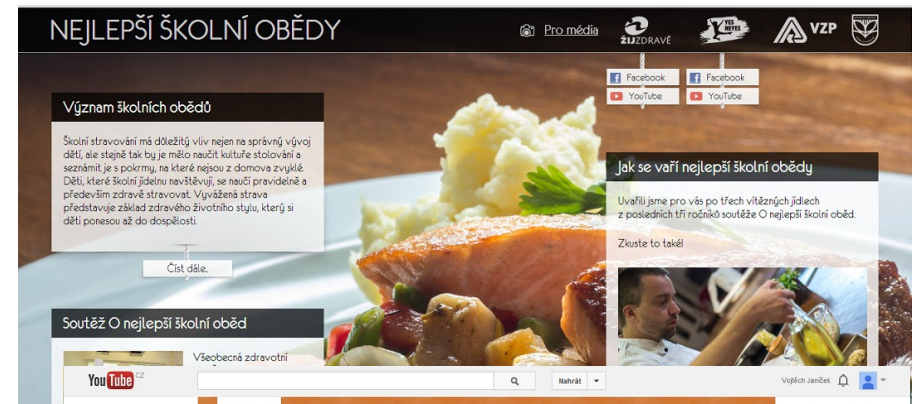
Z praxe: kampaň proti obezitě

- Cíl: přimět k zamyšlení kolik cukru obsahují slazené nápoje
- Hlavní sdělení „Naléváte si kila?“
- Kampaň propojuje TV spoty s Facebookem, Youtube atd.



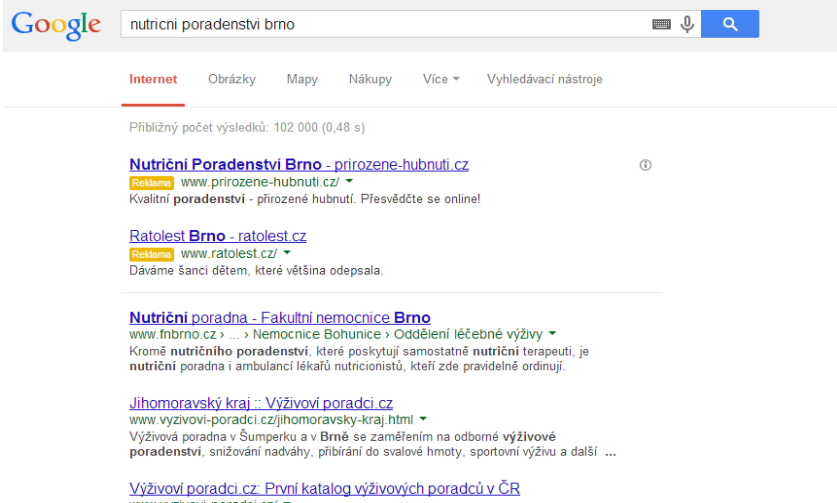
Z praxe: PR, které změnilo stravování dětí

- Cíl kampaně přilákat do školních jídelen dětské strávníky a motivovat je ke zdravému životnímu stylu
- V průběhu PR kampaně vzrostl počet dětí, které dají přednost před fast foodem školní jídelně, o 20 procent
- nástroje: tiskové zprávy, PR články a exkluzivní spolupráce, 3 TV a Český rozhlas - Radiožurnál



Výhody

- ✓ měřitelnost
- ✓ zacílení
- ✓ interaktivita
- ✓ non stop dostupnost
- ✓ flexibilita
- ✓ bezprostřední zpětná vazba
- ✓ trvalý nárůst počtu uživatelů internetu
- ✓ multimediální charakter



Google

nutricni poradenstvi brno

Internet Obrázky Mapy Nákupy Více ▾ Vyhledávací nástroje

Přibližný počet výsledků: 102 000 (0,48 s)

Nutriční Poradenství Brno - prirodzene-hubnuti.cz ⓘ
Reklama www.prirodzene-hubnuti.cz/ ▾
Kvalitní **poradenství** - přirozené hubnutí. Přesvědčte se online!

Ratolest Brno - ratolest.cz
Reklama www.ratolest.cz/ ▾
Dáváme šanci dětem, které většina odepsala.

Nutriční poradna - Fakultní nemocnice Brno
www.fnbrno.cz > ... > Nemocnice Bohunice > Oddělení léčebné výživy ▾
Kromě **nutričního poradenství**, které poskytují samostatně **nutriční** terapii, je **nutriční** poradna i ambulancí lékařů nutričních, kteří zde pravidelně ordinují.

Jihomoravský kraj :: Výživoví poradci.cz
www.vyzivovi-poradci.cz/jihomoravsky-kraj.html ▾
Výživová poradna v Šumperku a v Brně se zaměřením na odborné **výživové poradenství**, snižování nadváhy, přibírání do svalové hmoty, sportovní výživu a další ...

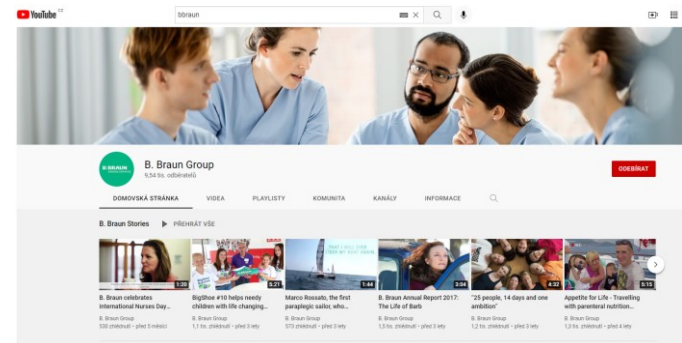
Výživoví poradci.cz: První katalog výživových poradců v ČR
www.vyzivovi-poradci.cz/ ▾

Sdělení a možnosti internetu

- k dispozici pestrá paleta klasických internetových kampaní (reklama v katalogích, PPC...)
- nutno hledat další příležitosti pro chytré kampaně na nejvíce navštěvovaném prostoru (Wikipedie, Google Maps,...)

Youtube

- příklad exponovaného kanálu
- největší server pro sdílení video souborů
- ideální pro video blogging



Existují další možnosti?

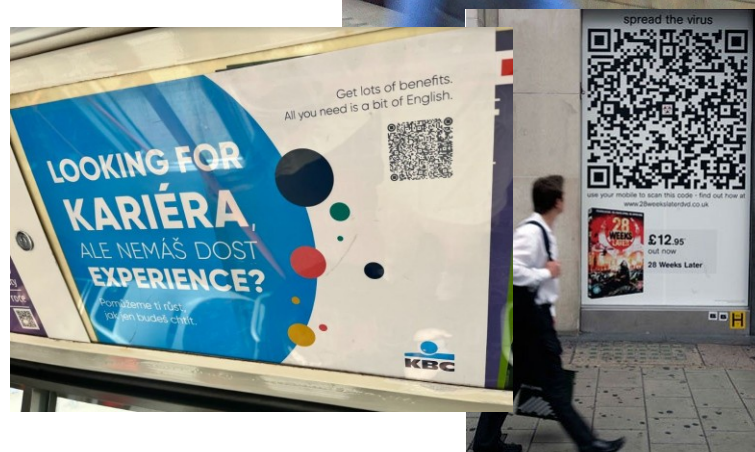
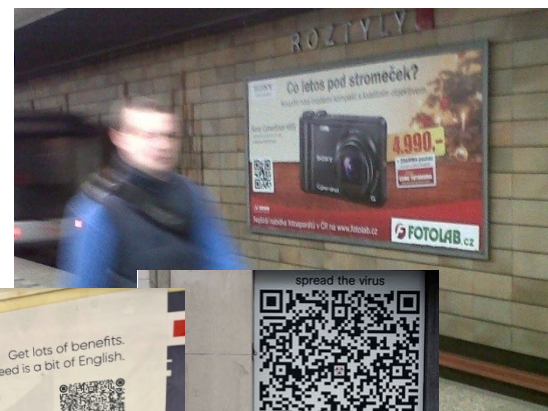
...držet krok s aktuálními trendy...

Šance a výzvy

QR

- jedná se o kód obsahující textovou zprávu nebo detailní kontaktní informace
- snadný a zajímavý způsob jak přivést osobu na web
- QR kód může být součástí:

- ✓ novinového článku
- ✓ webové stránky
- ✓ propagačních materiálů
- ✓ firemních vizitek



Ústav veřejného zdraví



Sociální sítě v České republice

- YouTube 5,7 mil. uživatelů
- Facebook 5,1 mil uživatelů (ve věku 13-18 jen 250 tis. a tato generace vnímá Facebook jako síť jejich rodičů a babiček)
- Instagram 2,4 mil. uživatelů
- TikTok 0,6 mil. uživatelů
- LinkedIn 1,7 mil. uživatelů
- Twitter 0,4 mil. uživatelů

Sociální sítě

Facebook

- např. Adidas propojuje FCB se vším co má
- ovlivňuje růst sociální sítí v telefonech
- standardní možnosti cílení

facebook

E-mail nebo telefon
scuba@seznam.cz

Heslo
.....
Zapomněli jste přístup k účtu?

Přihlásit se

PharmDr. Margit Slimáková
@margit.cz

Hlavní stránka
Příspěvky
Informace
Fotky
Videa
Komunita
Informace a reklamy

Vytvořit stránku

JAK CO NEJLÉPE
JÍST A PEČOVAT
O SEBE?

<http://bit.ly/MargitSeduo>

To se mi líbí Sdílet Navrhnout úpravy

Rezervovat Poslat zprávu

Příspěvky

PharmDr. Margit Slimáková aktualizovala(a) úvodní fotku
19. říjen v 8:00

V 90 minutách a 20 lekcích předávám informace, které jsou jasné a reálné, doporučení, která můžete každý zvládat a to i s vašimi individuálními chutěmi, životní filosofií a zaneprázdněností:
<http://bit.ly/MargitSeduo>
V kurzu se naučíte:... Zobrazit další

Hledat příspěvky na této stránce

Veřejně známá osobnost v Kolodje, Hlavní Město Praha, Czech Republic

facebook

vyhledávání

Endoskopie Aesculap To se mi líbí

Zdraví/Článek

Zdraví

Všichni Endoskopie Aesculap

Nedávno aktivita

Endoskopie Aesculap se přidá(a) na Facebook.

Endoskopie Aesculap upravil(a) údaje v polích Web a Popis.

Nesou zde žádné další příspěvky.

Wojtěch Hlavni stránka Hlavni stránka

Je něco na tuto stránku...

Originals přidá(a) 8 nových fotek do alba adidas ala = PHARRELL WILLIAMS | Hu Holiday Collection. editovat

celebrate humanity and diversity across the globe, adidas |ARRELL WILLIAMS present the Hu Holiday collection. Obdivte today in stores and online at a.did.as.pharrell

To se mi líbí 29 175 985 lidem

Přizvat přátele k komentáři této stránky jako To se mi líbí

INFORMACE

Televize

ANO

- Velmi přesvědčivé médium schopné nastolovat témata
- Lze snadno vzbudit emoce
- Možnost okamžitého zasažení diváků
- Řada parametrů sledující úspěšnost zásahu

NE

- Vysoké náklady na reklamu a produkci TV spotu

Nejlevnější reklama je desetivteřinový spot v pořadu Snídaně s Novou, který přijde na zhruba 15 000 korun. Půlminutový stojí dvakrát více. Na druhém konci jsou třicetivteřinové reklamy v nejsledovanějších pořadech jako Sportovní noviny nebo svého času Pojišťovna štěstí, kde půlminutová reklama stála 350 až 400 tisíc korun.

Ceny jsou orientační, protože se vypočítávají z počtu diváků, kteří se na reklamu skutečně dívali. Platí se předem podle odhadu a po odvysílání se cena zpětně koriguje. Základní televizní reklamní kampaň na Nově přijde na minimálně 300 000 korun.

Z praxe: Protikuřácká kampaň

- Evropská komise zahájila reklamní kampaň HELP
- TV a internet jako hlavní mediatyp
- Na stovce TV programů se v EU objevily tři protikuřácké spoty
- Cílová skupina: mladí lidé



Z praxe: Protikuřácká kampaň

- Návaznost na předchozí kampaň obsahující obrazovou galerii 42 fotografií
- Hlavní sdělení „Nezačínajte kouřit“
- Vedlejší sdělení „Jak přestat s kouřením“ a „Nebezpečí pasivního kouření“
- Roční rozpočet cca 16, 8 mil. EUR



Z praxe: region Trabzon v Turecku

- Výskyt onemocnění v důsledku nedostatku jodu
- Edukační program pro zvýšení užití jodizované soli
- Po intervenci byl zaznamenán nárůst v konzumaci z 54,5 % na 62,4 %
- Navrženo, aby se využití místních médií stalo součástí národní strategie v předcházení onemocnění z nedostatku jodu

Televize v ČR

- V současnosti tendence diváků k využití většího spektra stanic
- skupina Nova, skupina Prima a Česká televize: sledovanost 81 %
- V ČR podíly na trhu sledovanosti ve skupině dospělých 15+ (2019):
Skupina Nova 28 % (Nova, Nova Cinema, Fanda), skupina ČT 30 % (ČT1, ČT2, ČT Sport, ČT 24, ČT art), skupina Prima 24 % (Prima, Prima Cool), Barrandov 7 % a další
- snaha o vykompenzování ztráty pozornosti internetem: Voyo.cz (Nova), PrimaPlay.cz (Prima), iVysilani.cz (Česká televize)

Oblíbenost

- Divácky atraktivní pořady jsou zejména zpravodajské relace a původní české seriály:
 - Ordinace v Růžové zahradě
 - Cesty domů
 - Sanitka 2
 - Ulice
- Diváckou oblibu mají také talk show a stále oblíbený je formát reality show. V době vánočních a novoročních svátků dominují pohádky, které se ale úspěšně prosazují i v případě jejich odvysílání mimo uvedené roční období. Vůbec nejsledovanějším pořadem roku je zpravodajská relace TV Nova Televizní noviny.

Kino

Ano

- Cílová skupina do 35 let
- Zásah i jinak těžko oslovitelných skupin
- Divák nemůže přepnout reklamu

NE

- Vysoké náklady
- Pouze doplněk aktivit

Z praxe: SmokeFree

- Spolkový úřad pro zdraví ve Švýcarsku zřídil portál pro prevenci kouření
- Kino, TV a internet jako hlavní mediatypy
- Cílová skupina: mladí lidé
- Hlavní sdělení „Existuje jediná cigareta, která neškodí.“



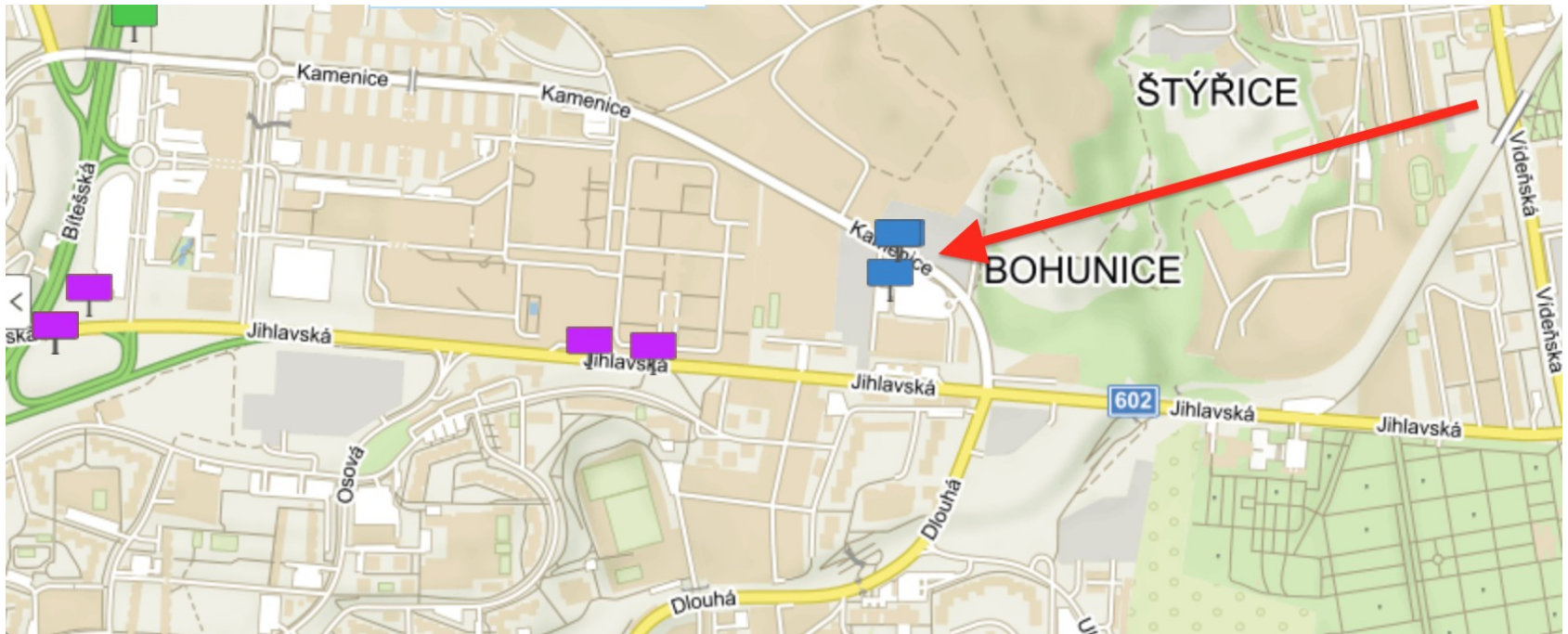
Kino v ČR

- Roční návštěvnost 18, 3 mil. (2019)
- 7 % nárůst
- Podíl multikin na celkové návštěvnosti 70 %
- Hlavní hráči Cinema City (14 multikin s 133 sály), CineStar (13 multikin)
- Formáty:
 - 1) na plátnech (on-screen) - nákup po sálech/sítích
 - 2) mimo plátno (off-screen) - plakáty na stěnách, podlahová reklama, stojany, potisky na lístcích, kornouty na pop-corn, video projekce ve foyer, sampling atd.
- Návštěvnost: Unie filmových distributorů, Market Media Lifestyle
- CPV - od 1,1 Kč

Outdoor

- Velké množství formátů a možností zacílení
- Dodavatelé: Bigmedia, Rencar, Superposter, JCDecaux, Outdoor Akzent
- Platí se za plochu, lokalitu, reklamní nosič
- Nejznámější billboard, bigboard
- Obvykle nákup na jeden měsíc
- Rodné listy nosičů

Outdoor



Outdoor



Běžná cena: 99 000,- Kč

**Cena / měsíční kampaň bez DPH
38 000,- Kč**

- Při nákupu ploch z akční nabídky je tisk plakátu ZDARMA.
- Instalace reklamních materiálů je zahrnuta v ceně pronájmu.
- Pojištění proti poškození plakátu zdarma.

- **Typ plochy:** bigboard 960x360
- **Místo:** Brno, Kamenice KAUFAND
- **Číslo plochy:** 3205145
- **Osvětlení:** Ano
- **Průjezdnost vozidel / den:** 13599
- **Zákazy:** Ano, [Zobrazit](#)
- **Doba pronájmu:** min. 1 měsíc



Vyberte termín kampaně Termíny ihned k dispozici Termíny na poptávku

2018 listopad prosinec

2019 leden únor březen duben květen červen

červenec srpen



Běžná cena: 14 000,- Kč

**Cena / měsíční kampaň bez DPH
4 940,- Kč**

- Při nákupu ploch z akční nabídky je tisk plakátu ZDARMA.
- Instalace reklamních materiálů je zahrnuta v ceně pronájmu.
- Pojištění proti poškození plakátu zdarma.

- **Typ plochy:** billboard 510x240
- **Místo:** Brno, Kamenice KAUFAND
- **Číslo plochy:** 3204092
- **Osvětlení:** Ne
- **Průjezdnost vozidel / den:** 3750
- **Zákazy:** Ano, [Zobrazit](#)
- **Doba pronájmu:** min. 1 měsíc



Vyberte termín kampaně Termíny ihned k dispozici Termíny na poptávku

2018 listopad prosinec

2019 leden únor březen duben květen červen

červenec srpen září říjen

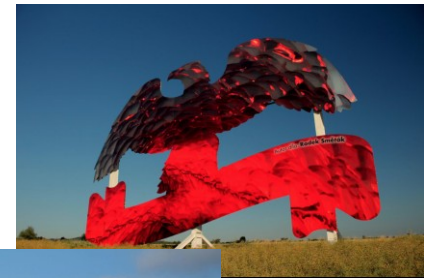
Outdoor

- City-light
- Backlight
- Vodojemy a plynojemy
- Rolling board (backlighty s rolovací reklamou)
- Novinové stánky
- Telefonní budky
- Reklamní lavičky
- Hodiny
- Mostní konstrukce
- Plakátovací plochy
- Veřejná doprava
- atd.



Billboardy zmizely od dálnic a silnic I. třídy

- 3 tisíce billboardů
- Mattoni odmítlo zbourat orlice a změnilo je na umělecká díla



Outdoor

Ano

- Dlohodobé a pravidelné působení
- Interakce zpravidla dvakrát denně
- Působí bez ohledu na vůli příjemce
- Lze cílit zásah geograficky
- Non – stop působení

Ne

- Cca 1 sekunda na zpracování sdělení
- Poškození kolemjdoucími

Tisk

- V posledních letech koncentrace vlastnictví (Ringier, Vltava-Labe-Press, Mafra atd.). Holding Agrofert: Mafra (Mladá fronta Dnes, Lidové noviny) , Londa (Rádio Impuls, rádio Rock Zone).
- Hlavní kritéria: čtenost a prodávánost
- Zdroje: Media projekt (Unie vydavatelů), MML (Median), ABC ČR (audit prodaných nákladů).
- 7 národních deníků, 71 regionálních deníků, 1500 magazínů, 2000 lokalizovaných nebo odborných titulů
- Lze využít tzv. eye-tracking

Oční kamera

- Čemu věnuje klient největší pozornost
- Studium reakce na tiskovou reklamu, optimalizace webových stránek, sledování TV spotů atd.
- Lze kombinovat s neuromarketingem



Oční kamera

- oči
- velký obrázek před malým
- více obrázků před jedním
- osoby v kombinaci s produktem lepší než imagové obrázky osob
- jedinec před skupinou
- výřez před celou postavou
- dítě před dospělým
- barevné zobrazení před černobílým
- zvířata → květiny → krajina

Neuromarketing

- Nový směr marketingu
- Využití v sociálním i komerčním prostředí
- Sledována činnost částí mozku (EEG, MR) a změny fyziologického stavu (srdeční a dechová frekvence)

Tisk - deníky

Ano

- Vnímány jako nosiče společenského stavu
- Komentátorské a redakční zázemí
- Zvyk kupovat si noviny
- Čtenář tráví dlouho dobu čtením
- Zásah širokých cílových skupin
- Možnost přiložit inzerci k tematicky příbuzným sekcím

Ne

- Menší kvalita tisku
- Platí se zásah i necílových skupin

Tisk - deníky

deník	cena za 1mm/sl. vč. barvy				cena za celou stranu vč. barvy	
	základní ceny		lokální ceny		základní cena	
	po-čt, so	pá	po-čt, so	pá	po-čt, so	pá
Blanenský deník	10 (st 17)	17	9 (st 15)	15	24 900 (st 42 330)	42 330
Brněnský deník	20	29	18	25	49 800	72 210
Břeclavský deník	13 (čt 25)	18	12 (čt 22)	16	32 370 (čt 62 250)	44 820
Hodonínský deník	13 (út 26)	18	12 (út 23)	16	32 370 (út 64 740)	44 820
Vyškovský deník	10	19	9	17	24 900	47 310
Znojemský deník	10	16	9	15	24 900	39 840
Jihomoravský kraj	45	56	39	49	112 050	139 440

(ceny v Kč bez DPH)

TÝDENÍK	cena za 1mm/sl. vč. barvy		cena za celou stranu vč. barvy	
	základní ceny	lokální ceny	základní cena	
Nový život	čt 25	čt 22	čt 62 250	
Slovácko	út 26	út 23	út 64 740	
Týden u nás	st 17	st 15	st 42 330	
Vyškovské noviny		pá 19		pá 47 310
Znojemské noviny		pá 16		pá 39 840

Základní cena = cena pro klienty, kteří využívají pro nákup inzertní plochy zprostředkovatele

Lokální cena = cena pro zadavatele inzerce bez zprostředkovatele

PŘÍJEM INZERCE

Milady Horákové 9, 602 00 Brno, tel.: +420 545 558 216, fax: +420 545 558 320,
e-mail: inzerce.brnensky@denik.cz, www.brnensky.denik.cz



Tisk - magazíny

Ano

- Umožňují předat obsáhlé sdělení
- Vysoká kvalita tisku
- Přesnost zacílení reklamy
- Působí déle než deníky
- Možnost vložit kreativní přílohu

Ne

- Nízký zásah
- Delší periodičita
- Nutno mít více tiskových vizuálů a střídat je

Rozhlas

- Doplnkové médium
- Poslechovost sledována výzkumem CATI (Computer Aided Telephone Interviewing)

ANO

- Cenově dostupné
- Výborný zásah některých cílových skupin
- Flexibilita nasazení

NE

- Zpravidla nutno kombinovat větší počet stanic
- Někdy hůře upoutává pozornost

Řekni mně svůj názor.



shorturl.at/tzIS7