



JAK PREZENTOVAT TISK/DENÍKY V DOBĚ KRIZE

II.

ONDŘEJ NOVÁK

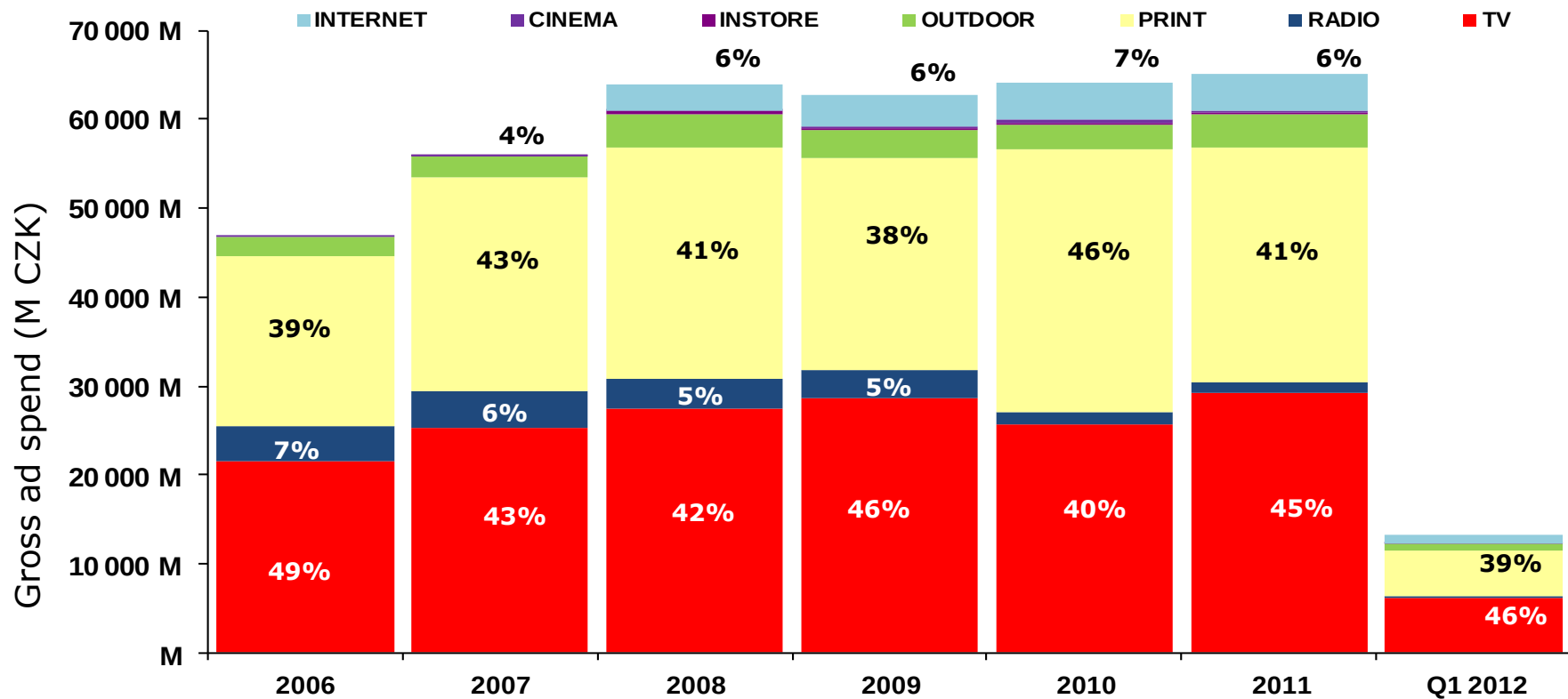
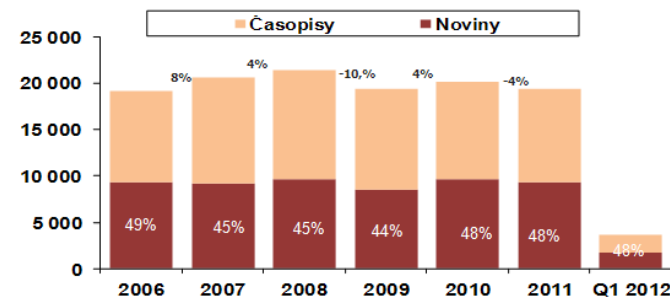
S KÝM SE (PŘEDEEVŠÍM) POMĚŘUJEME?



A vintage television set is shown in a dark, dimly lit environment. The screen of the television is the central focus, displaying the word "TELEVIZE" in a large, white, bold, sans-serif font. The television's casing is dark and appears to be made of wood or a similar material. The background is dark and out of focus, with some faint light sources visible on the left and right sides, creating a moody atmosphere.

TELEVIZE

TISK NENÍ POPELKA: DENÍKY – KRIZE NE KRIZE – PŘEDSTAVUJÍ



Source: TNS MI, AdMosphere

„ČASOPROSTOR“ JE NÁROČNÝ PRO VŠECHNY

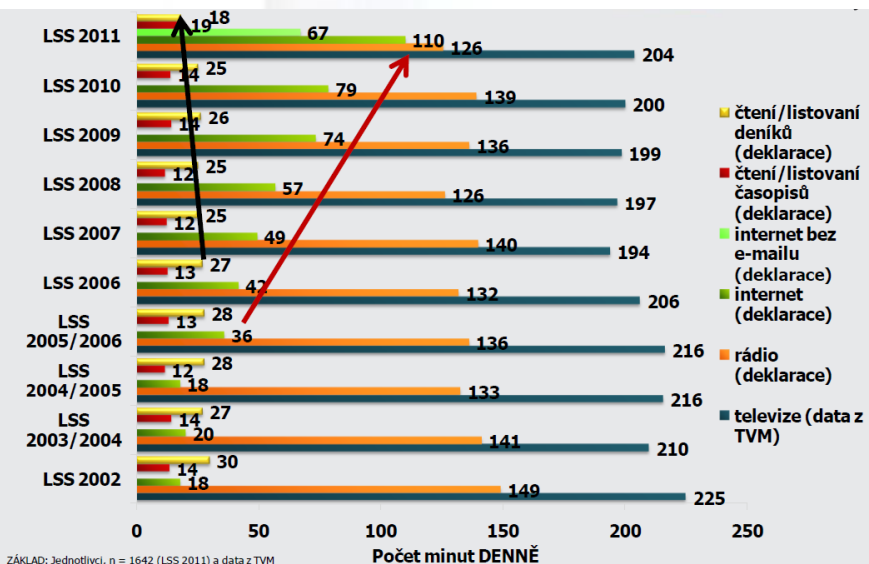
- Běžnému člověku zbývá na „**nepovinné**“ činnosti v běžném dnu **cca 7 hodin**
- Na média - na jejich aktivní konzumaci - **zbývá v běžném dni velmi málo času**
- **Časový potenciál pro média:**

TV	5-6 h.
Tisk	8-9 h.
OOH	8-9 h.
Indoor	12 h.
Internet	14 h.
Rádio	16 h.

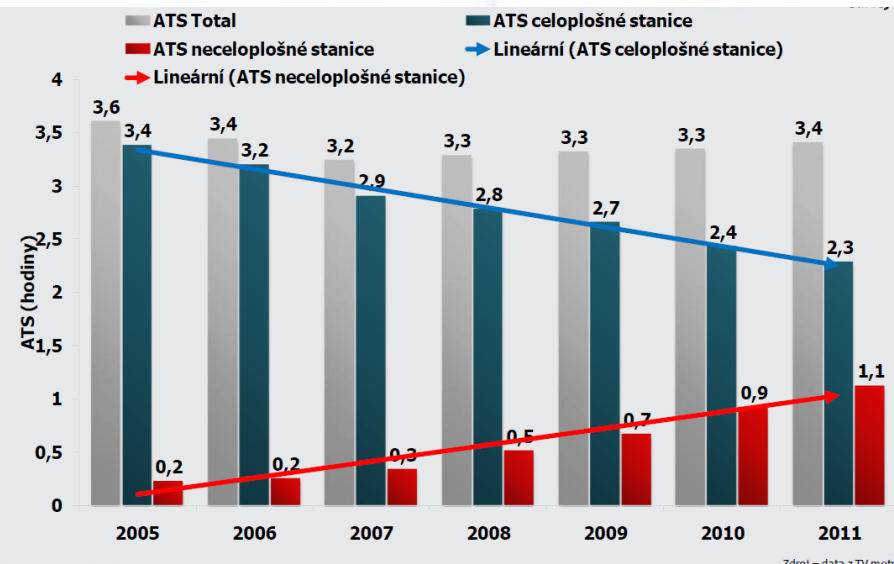


- **Jde o vysoce „konkurenční čas“** – média se o něj musí dělit s mnoha „zábavnými“ aktivitami
- Čím „**dále od domova**“, **tím větší potenciál pro média**

ČAS STRÁVENÝ S TELEVIZÍ KLESÁ - S DENÍKY SE TÉMĚŘ NEMĚNÍ

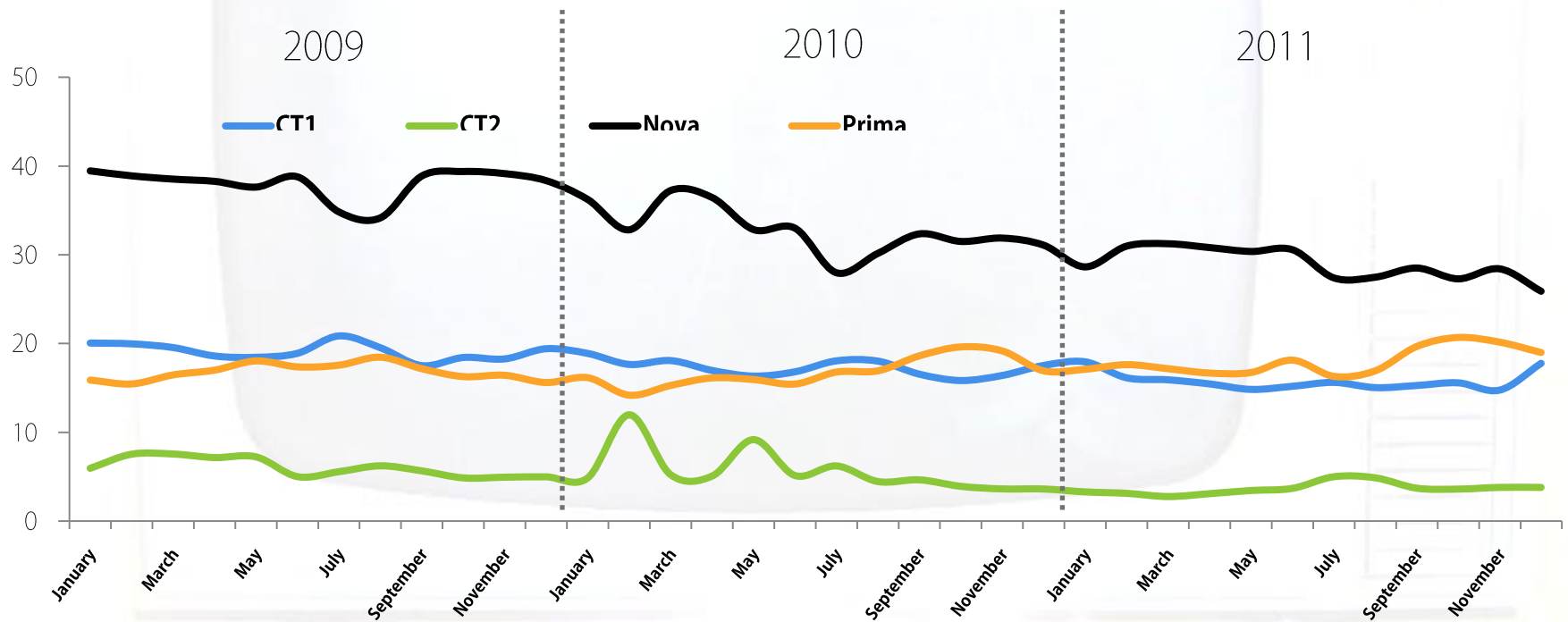


ZÁKLAD: Jednotlivci, n = 1642 (LSS 2011) a data z TVM



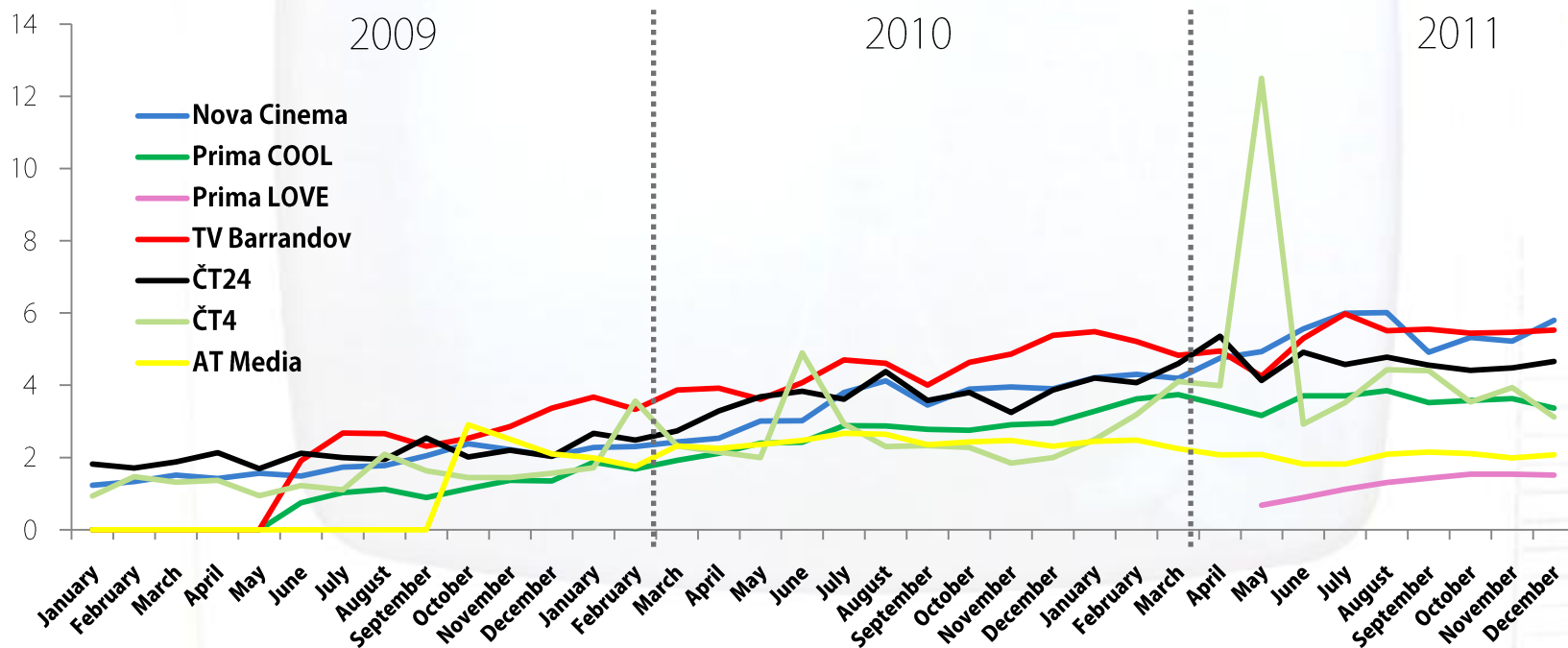
HLAVNÍ TERESTRICKÉ STANICE PŘÍCHÁZEJÍ O DIVÁKY...

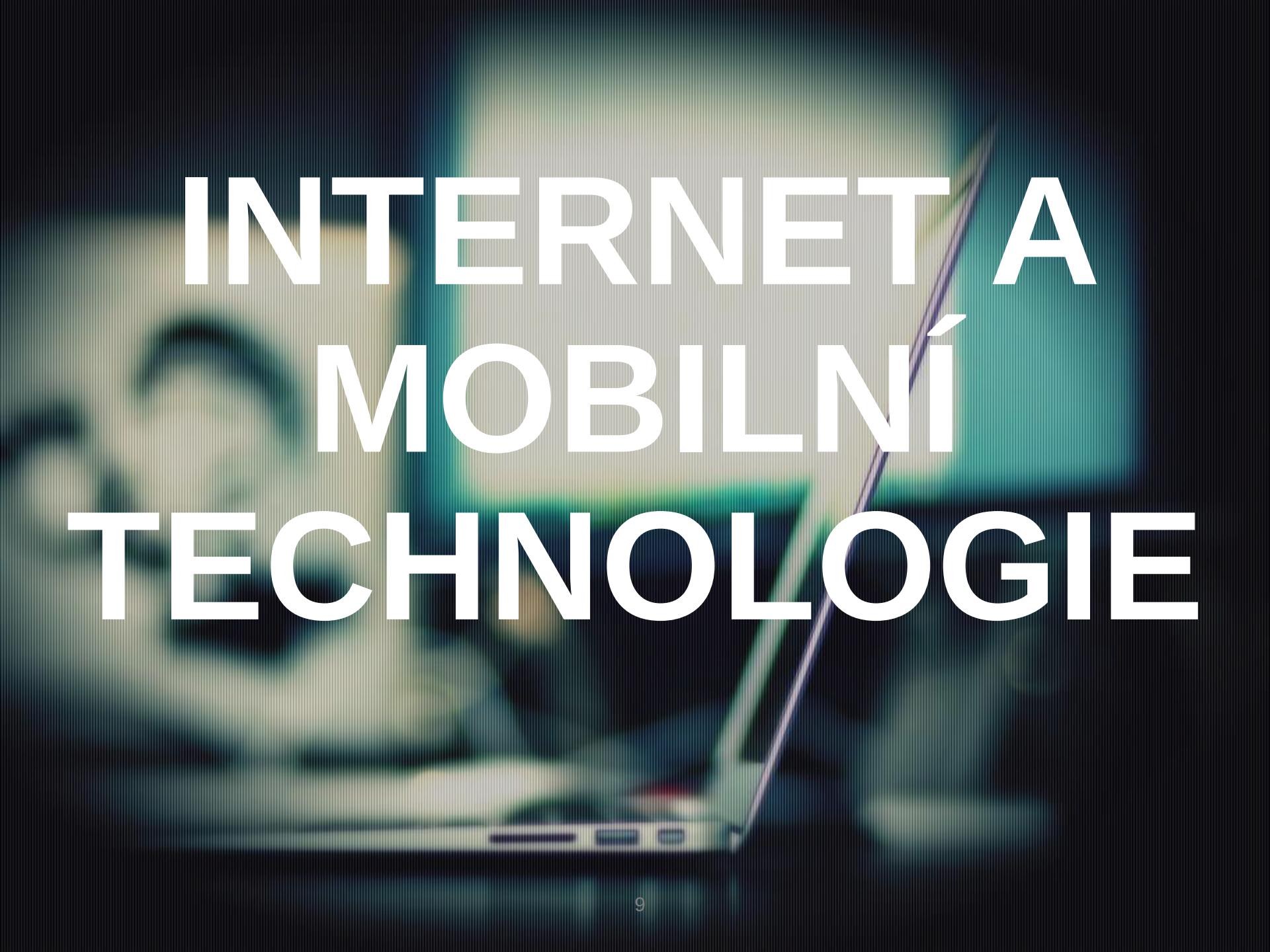
% TV Share All 15+



SPOTŘEBU TV TÁHNOU NAHORU POUZE NOVÉ A MENŠÍ STANICE

% TV Share of All 15+



The background of the slide is a blurred image. On the left, a laptop is visible, and on the right, a person's face is partially seen. The overall image is out of focus, creating a sense of depth and modernity.

INTERNET A MOBILNÍ TECHNOLOGIE

NE KAŽDÝ JE NA INTERNETU...

PENETRACE
INTERNETEM
JE NIŽŠÍ, NEŽ
DENÍKY!!!

60%
**MÁ INTERNET
DOMA**

(5 296 000)



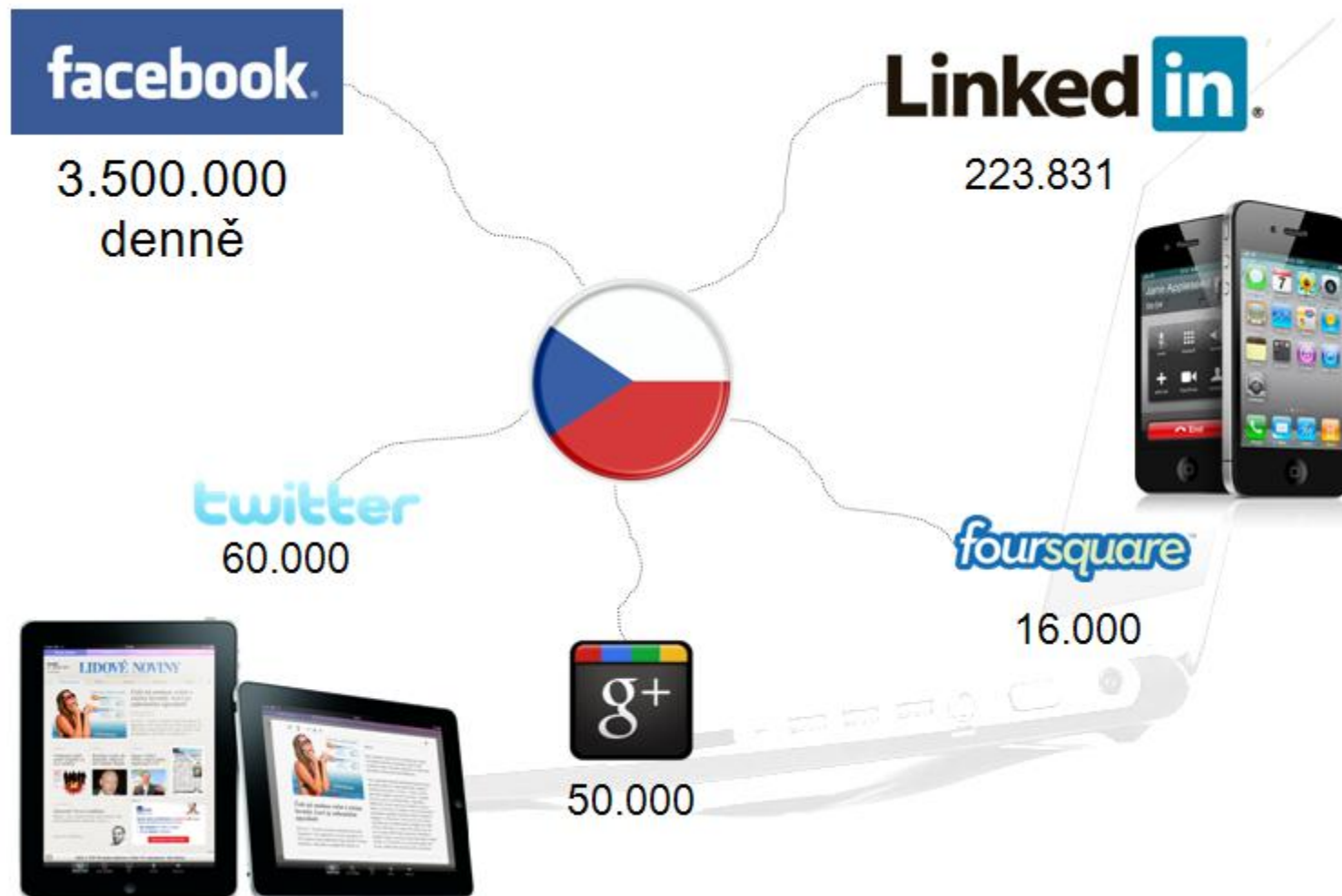
92%
**POUŽÍVALO
INTERNET
MINULÝ TÝDEN**

(4 876 000 people)

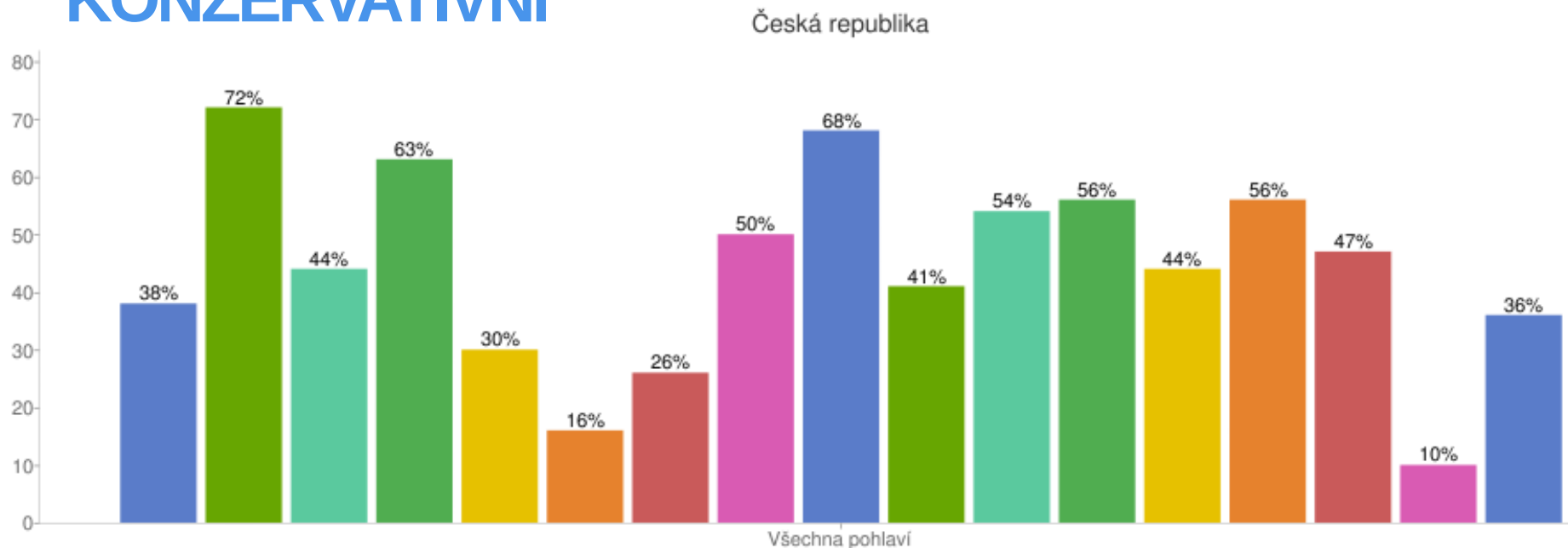
ALE

- NEMÁ PŘÍSTUP K INTERNETU - 2 mil., 1,5 mil. 50+**
- NEUMÍ S INTERNETEM ZACHÁZET - 2,1 mil., 1,8 mil. 40+**
- NEVIDÍ ŽÁDNÝ DŮVOD/VÝZNAM INTERNETU - 1,7 mil., 1,5 mil. 40+**
- INTERNET JE PŘÍLIŠ NÁKLADNÝ - 1,25 mil., 1 mil. 40+**

NICMÉNĚ: INTERNET JE I TOTO...



UŽIVATELÉ SMART PHONŮ NEJSOU ŽÁDNÍ „GÉNIOVÉ“ – JEJICH CHOVÁNÍ JE KONZERVATIVNÍ



Zdroj: www.ourmobileplanet.com

Legenda: barvy

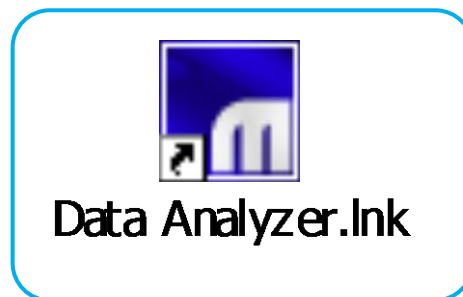
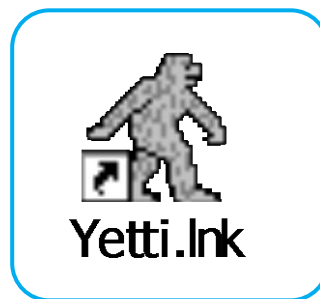
- Použití aplikace
- Procházení internetu
- Vyhledávání produktů
- Obecné vyhledávání
- Vyhledávání informací o cestování
- Vyhledávání bydlení
- Vyhledávání restaurací a barů
- Sociální sítě
- E-mail
- Weby zaměřené na sdílení videí
- Čtení zpráv
- Trasy a mapa
- Fotografování nebo nahrávání videí
- Poslech hudby
- Hraní her
- Použití kuponů při nakupování
- Online bankovníctví a finance

Základ: Majitelé smartphonů



**VAŠE
ZBRANĚ
JSOU...**

**TAKOVOU ZBROJNICI ŽÁDNÝ JINÝ MEDIA TYP
NEMÁ !!!**



LAE

initia

A KLIENTI TO ČASTO NEVĚDÍ!

...ALE HLAVNĚ NEMÁ

MEDIA PROJEKT

MUSÍME STÁLE ZDŮRAŽŇOVAT

- MP je unikátní výzkum, který umožňuje analyzovat deníky do nejmenšího detailu
- MP poskytuje a umožňuje spočítat všechny mediální veličiny, které jsou důležité pro efektivní mediální plánování – srovnání s ostatními media typy
- **MP je unikátní platforma, které nejen umožňuje, ale i ustavuje jednotu mediálního trhu**

TUTO VÝHODU JIŽ TELEVIZE NEMÁ

Sdružení pro měření sledovanosti

Vzniklo nové Sdružení pro měření sledovanosti

Minulý týden se uskutečnila ustavující valná hromada Sdružení pro měření sledovanosti (SPMS), na jehož zakládající členové – TV Nova, lídr trhu v televizní sledovanosti a jednička na trhu televizní reklamní agentura Média, největší mediální agentura v České republice, dohodly na vypsatí výběr řízení na realizátorů měření sledovanosti televizí metodou TV-metru (PEM).

Sdružení pro měření sledovanosti vzniká jako platforma otevřená všem hráčům na trhu televizní reklamy – mediálních agentur a zadavatelů televizní reklamy. SPMS klade důraz na transparentnost, otevřenost a kredibilitu. Do sedmičlenného představenstva SPMS byli jmenováni mírní generální ředitel TV Nova Jan Andruško a generální ředitel Média Group Jaromír Soukup.

„Očekáváme, že se z nového sdružení postupem času stane reprezentativní platforma všech významných na televizním trhu, kteří se budou podílet na zajištění a kontrole kredibilitu a zcela transparentního měření sledovanosti v ČR,“ řekl generální ředitel TV Nova Jan Andruško.

„Transparentní měření sledovanosti je klíčovou podmínkou kvalitního budování mediálních kampaní. Pro seriózní postavu po boku lídra televizního trhu a pomoci založit SPMS,“ řekl generální ředitel Média Jaromír Soukup.

V průběhu valné hromady SPMS bylo odsouhlaseno vypsatí výběrového řízení na realizátorů sledovanosti televizí metodou TV-metru, které proběhne v souladu s uznávanými mezinárodními standardy. Tendr bude vyhlášen dnes, přičemž SPMS očekává, že se ho zúčastní všichni významní dodavatelé zajišťování projektů PEM.

Výběrové řízení na provozovatele elektronického měření sledovanosti televizního vysílání v České republice

Sdružení pro měření sledovanosti, zájmové sdružení právnických osob, se sídlem Kříženeckého náměstí 1078/5a, Praha 5, PSČ 152 00, Reg. č.: 6/12, IČ: 72561858 (dále jen „SPMS“), tímto vyhlašuje výběrové řízení na provozovatele elektronického měření sledovanosti televizního vysílání v České republice (dále jen „Výběrové řízení“). Cílem Výběrového řízení je výběr provozovatele celoplošného projektu elektronického měření sledovanosti televizního vysílání v České republice (dále jen „Projekt“).

Zájemci o účast ve Výběrovém řízení mohou požádat SPMS o zaslání podmínek Výběrového řízení (dále jen „Podmínky“), a to prostřednictvím žádosti zasláné na elektronickou adresu afam@afam.cz nejpozději do 30. června 2012. Na elektronickou adresu afam@afam.cz je možné rovněž zasílat dotazy týkající se Výběrového řízení.

Podmínky budou ze strany SPMS zaslány zájemcům – právnickým osobám, kteří v žádosti uvedou doručovací adresu a kontaktní elektronickou adresu a jsou zároveň způsobilí realizovat elektronické měření sledovanosti televizního vysílání v České republice. Tuto skutečnost musí zájemci doložit čestným prohlášením připojeným k žádosti. V případě pochybností si SPMS vyžádá od zájemců doplňující informace dokládající způsobilost realizovat elektronické měření sledovanosti televizního vysílání v České republice, a to ještě před zasláním Podmínek.

SPMS, zájmové sdružení právnických osob

dně průběhu tendru tele elektronického měření sledovanosti televizního vysílání v České republice (dále jen „Projekt“).

o se chystá vystoupit organizaci (ATO) a sli-

ro měření sledovanosti, že vystupují v asociaci zůstávajícím členem.

měření sledovanosti, když se rozhodli, že již věřili v to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

o pozice účastníka? Celková částka bych nerad specifikoval. Nova je ale zpočátku připravena financovat majoritní část projektu. Jen podotýkám, že těch 300 milionů v případě tendru ATO bylo rozloženo na pět let.

řízení vypsatí, kdy vy- v pondělí, kdy vy-

ostatní televize a me- nového projektu pod měření sledovanosti

sami. Našli part- edniální agentura- že, se nám po- přesvědčit klienty, ostatní média, aby

min, v budoucnu ve- vě různé měření sle- vptičím. Že zde bu- sebe. My jsme se na platformě ATO, se soustředíme na členů. V tuto chvíli česká republika ne- ne existují dvě in-

opřítím. Že zde bu- sebe. My jsme se na platformě ATO, se soustředíme na členů. V tuto chvíli česká republika ne- ne existují dvě in-

opřítím. Že zde bu- sebe. My jsme se na platformě ATO, se soustředíme na členů. V tuto chvíli česká republika ne- ne existují dvě in-

opřítím. Že zde bu- sebe. My jsme se na platformě ATO, se soustředíme na členů. V tuto chvíli česká republika ne- ne existují dvě in-

opřítím. Že zde bu- sebe. My jsme se na platformě ATO, se soustředíme na členů. V tuto chvíli česká republika ne- ne existují dvě in-



VELKÝ NÁVRAT. Tereza Pergnerová se po letech vrací na Novu, tentokrát jako moderátorka show Fama.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

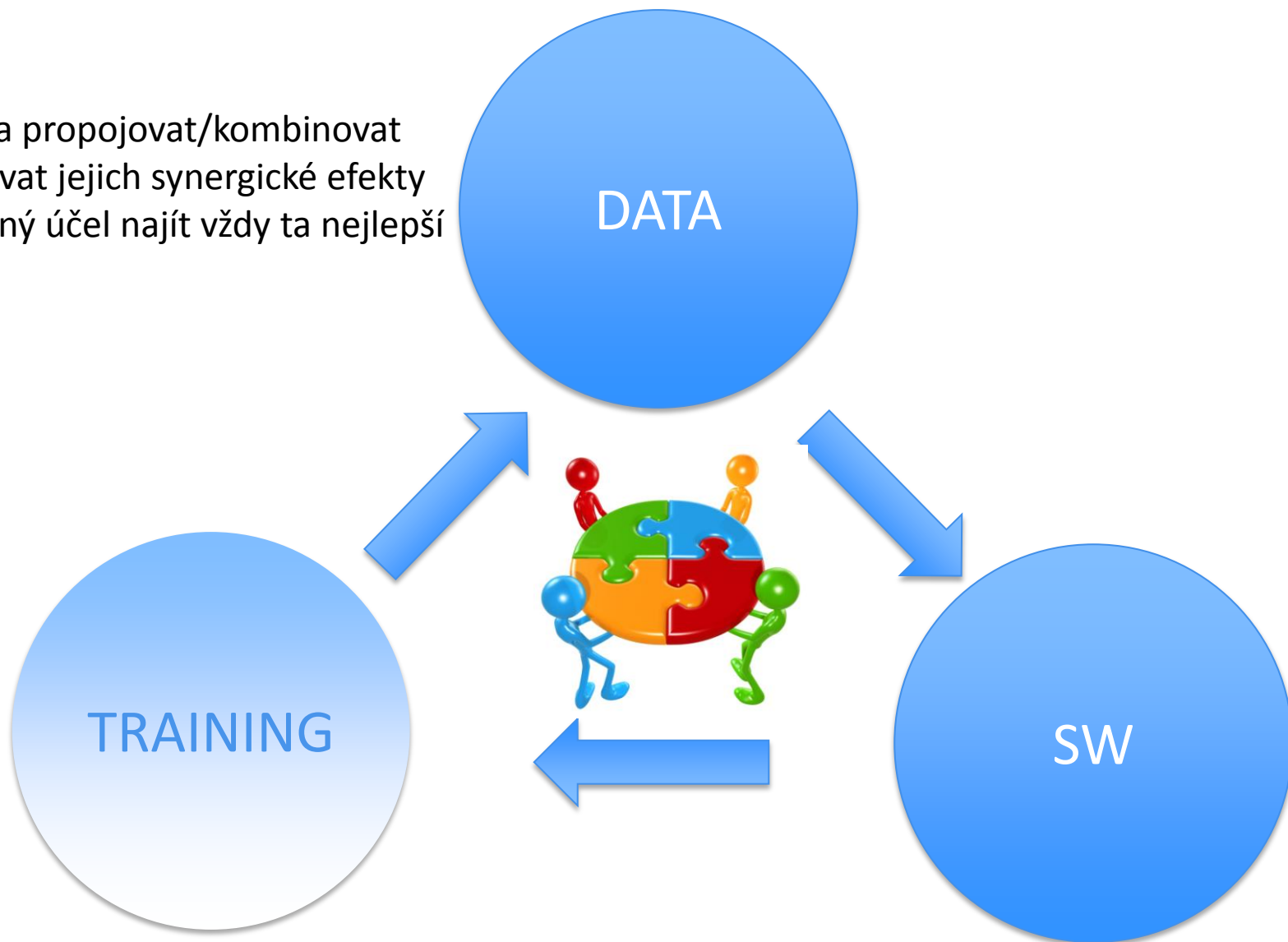
Panel pochopitelně nebude méně kvalitní než u ATO. Budeme dbát na to, aby měření probíhalo podle příslušných mezinárodních standardů. Pokud budeme obchodovat podle nových dat, uděláme všechno pro to, aby klienti neměli pochybnosti o jejich transparentnosti. Tuto mimo jiné dohodli s tím, že se pozve přímo do Sdružení pro měření sledovanosti, kde budou mít své zástupce v představenstvu. V něm se na účasti klerů bude řešit valná vě- žní záležitost, včetně tendru a jeho vyhodnocení.

z „jejího“ měření jsou relevantní?



...A JAK JE
POUŽÍVAT

- Data propojovat/kombinovat
- Využívat jejich synergické efekty
- Pro daný účel najít vždy ta nejlepší



- Data bez SW jsou mrtvá
- Bez mediálních SW nelze vytěžit MP
- Jen se SW lze „konkurovat“ televizi

CO TO ZNAMENÁ „TRAINING“

Co, kdy a komu prezentovat

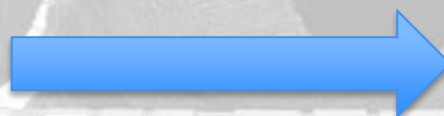


Reach

TRAINING



Jak to prezentovat



Proč to prezentovat

CPM

Affinities

SoV

Effective Reach

CPP



MÍSTO ZÁVĚRU...

*„...noviny [Krameriusovy c.k. vlastenecké noviny] tyto mají lid
všeho stavu netoliko o všelijakých dějstvech
informovati, nýbrž pobaviti a kratochvilnou
hodinku mu poskytovati“ Václav Matěj Kremerius /1753 -
1808/*



*DENÍKY SE MOHOU POMĚŘOVAT S
JAKÝMKOLI MEDIA TYPEM*

*MAJÍ K TOMUI PROSTŘEDKY, KNOW
– HOW I PŘÍLEŽITOSTI*

TAK TO DĚLEJTE !!!