



ALBERT A TISKOVÁ MÉDIA



Print is not dead.
It just moved to a different shelf.

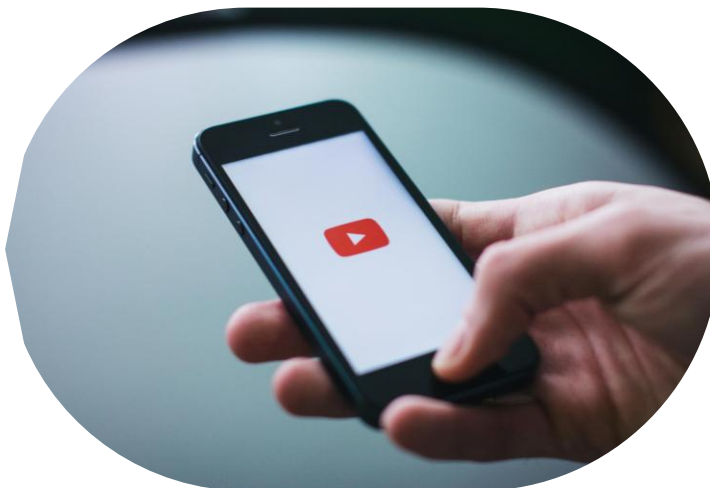


David Carson

MEDIÁLNÍ TRH PROCHÁZÍ PROMĚNOU



**Fragmentace
platformem a médií**



**Dominance
digitálu**



**Roztříštěná
pozornost**

TISK VEDE NA POLI POZORNOSTI



Printová inzerce má
4 × větší
pravděpodobnost
shlédnutí než
online reklama



Printové reklamě
se věnuje o 54 %
větší pozornosti než
online
(2s vs. 1,3s).



Emoce a jejich síla
se řídí také délkou
konzumace
reklamy, kterou si
určuje čtenář sám



Čtenáři si
tiskovou reklamu
zapamatují 2,5 ×
lépe než digitální

ZÁSADY PLÁNOVÁNÍ TISKU



01

Zapojení printových médií jako jeden z komunikačních pilířů ATL 360°

02

Využití různých typů inzerce s důrazem na tematické umístění, maximální viditelnost a vybrané cílové skupiny

03

Konzistentní vizuální styl doplňující dlouhodobý komunikační koncept

04

Průběžné vyhodnocování výkonu tiskových médií (zásah)

VYUŽITÍ TISKU V KAMPANÍCH ALBERTA



RELEVANCE

Vyšší afinity a čtenosti u části našich cílových skupin (40+)

Možnost oslovit i více specifické cílové skupiny (např. matky, vegetariáni apod.)

ROZŠÍŘENÍ MEDIÁLNÍHO ZÁSAHU KAMPANÍ

Tisk je doplňkovým médiem v našem 360° mixu a pomáhá doplňovat unikátní zásah

(v Ø 0,7-1 % / kampaň*)

ROZŠÍŘENÍ ZÁSAHU PROMOČNÍCH LETÁKŮ

Tisková inzerce přirozeně doplňuje letákové týdenní cenové promoce

POSÍLOVÁNÍ BRAND KPIs

Tisk je důvěryhodným médiem a je konzumován aktivně s vysokou pozorností (lidé si ho kupují a tráví s ním také více času)

V mixu nám pomáhá posilovat brand atributy a zvyšovat důvěryhodnost značky Albert

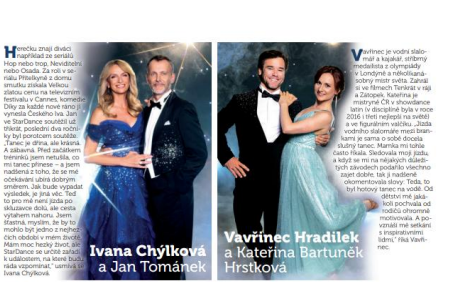


TISK JE INTEGROVANOU SOUČÁSTÍ NAŠÍ 360° KOMUNIKACE

Pomáhá vyprávět příběh a posilovat sílu značky

Launch nového komunikačního konceptu

- Storytelling
- V tisku využití dvou po sobě jdoucích inzercí ½ 4c
- Viditelné umístění na redakční straně
- Konzistentní propojení tiskových vizuálů s komunikačním konceptem napříč různými médii.



VÝBĚR TISKOVÝCH TITULŮ A FORMÁTŮ SE ŘÍDÍ TYPEM A CÍLENÍM DANÉ KAMPANĚ



Value kampaně

Deníky - Junior page



Sales kampaně

Magazíny - 1/1



Equity

Magazíny - 1/2, 1/1



Equity + Value kampaně

Magazíny - 1/2, 1/1



Shrnutí:

TISK V KAMPAÑÍCH ALBERTA POMÁHÁ AKTIVOVAT VŠECHNY KOMUNIKAČNÍ PILÍŘE A ZESILUJE ZÁSAH MEDIÁLNÍCH KAMPAÑÍ

**Získává více
pozornosti**



Kombinací různých
formátů a relevantního
umístění.
Rozšíření zásahu letákové
nabídky .

**Působí na
paměť a emoce**



Díky své fyzické
podobě působí
silněji na paměť i
emoce, což zvyšuje
jejich účinnost
a zapamatovatelnost.

**Buduje značku
a spojení**



Tisk umožňuje
budovat značku,
emoční spojení
a dlouhodobé vnímání
kvality.

**Je lokálně
i celoplošně
relevantní**



Regionální i celoplošné
cílení . Využití pro
remodelingy a podporu
prodejen .



TĚŠÍME SE NA VAŠE NÁKUPY U NÁS