

SÍLA TISKOVÉ REKLAMY: JAK JI PROKÁZAT A VYUŽÍT?

Prezentace značkového řešení GfK, Starch Metrix

1. Úvodem

Objem proinzerované plochy v printu meziročně klesá



Rozdíl proinzerované plochy ve stranách bez autoinzerce 2012 vs. 2011

Příklad časopisů životního stylu (zdroj: Marketing & Media 19.3.2012)

Titul	%	Titul	%
Cosmopolitan	3,7	Joy	36,1
Dolce Vita	0	Lovestar	-16,9
Elle	1,4	Marianne	-4,7
Fashion Club	11,9	Marie Claire	-10,0
Glanc	-28,4	Style	-20,0
Harper's Bazaar	-16,0	Top Class	-5,8
InStyle	0,7	Xantypa	7,6

Situace v USA 2009: V roce 2009 klesl objem proinzerované plochy v USA o dramatických 26% proti roku 2008!



Základní problém, kterému čelí trh vydavatelů, nespočívá v kreativitě či obsahu. Čtenost zůstává vcelku stabilní, také spojení čtenáře s tiskovým médiem je silnější než s jakýmkoli jiným médiem.

Základní problém je obchodní. Vydavatelé potřebují kvantifikovat, detailně, sílu tiskové reklamy.

Vydavatelé potřebují jasný argument směrem k inzerentům.

„Bez systematického měření podávaného včas, počitatelně a ideálně ve formě srovnatelné s jinými médii, ... nebudeme schopni komunikovat hodnotu časopisů inzerentům ... a časopisy jako hodnotné reklamní médium nepřežijí.”

*Betsy Frank, Chief Research & Insights Officer, Time Inc. ARF Measurement 3.0
June 25, 2008*



Měření efektivnosti tisku: historický přístup



Vydavatelé v mnoha zemích dávno měření efektivnosti tiskové reklamy provádějí. Nejčastěji v podobě:

- Výzkum provedený ad hoc pro daný časopis či jednoho vydavatele
- Výsledky jsou použity jako „přidaná hodnota“ pro agenturu a inzerenta

Náš přístup: GfK StarchMetrix

Přístup GfK k měření efektivity tiskové reklamy se liší v několika podstatných rysech:

- Měření zahrnuje široký záběr časopisů – syndikovaný přístup
- Transparentní metodika a konzistentní přístup všech studií
- Kontinuální měření s cílem dodat informace o kampaních
- Poskytuje nesrovnatelně použitelnější benchmarky

GfK StarchMetrix – Komu je prospěšný?



Tři skupiny potenciálních klientů:

1. **Inzerenti**
2. **Mediální/reklamní agentury**

Obě tyto skupiny chtějí efektivní reklamu. Proto se ptají:

“Jak dobře funguje reklama v časopisech?”

3. **Vydavatelé**

Na více a více konkurenčním trhu jsou vydavatelé nuceni dokázat svoji hodnotu pro inzerenty i čtenáře. Vydavatelé se také snaží udržet či zvýšit své příjmy z inzerce.

Proto se ptají:

“Jak mohu zlepšit objem inzerce?”

2. StarchMetrix – stručný popis

StarchMetrix je plně syndikovaný výzkum, který nabízí měření efektivity printové inzerce v časopisech



- **StarchMetrix měří:**

- Zaznamenání reklamy pro každé vydání
- Přiřazení reklamy ke značce
- Zaangažovanost čtenářů
- Akce vyvolané reklamou

- **StarchMetrix umožňuje měření ROI**

- **Výzkum je plně syndikovaný:**

- Pevný, předem stanovený harmonogram měření každého vydání
- Stejný přístup k datům pro všechny stakeholdery
- Celooborové financování společného měření, které potvrzuje sílu tiskové inzerce

- **Cílová skupina:**

- On-line výzkum na vzorku 100 - 125 respondentů pro každý titul
- Screening na čtenost daného titulu a konkrétního testovaného vydání
- Profil pohlaví a věku respondentů odpovídá čtenářské obci titulu

- **Měřené reklamy:**

- Měří se každá reklama o rozsahu alespoň 1/3 strany
- Každou reklamu hodnotí 100 - 125 respondentů (každý respondent max. 25 reklam)
- Je zajištěna rotace reklam v dotazníku

- **Reporting:**

- Přístup k datům přes on-line reportovací platformu SmartSystem

- **Screening:**

- Pohlaví, věk
- Čtenost daného vydání

- **Vztah k inzerovaným značkám:**

- Akční parametry – doporučil by / plánuje nákup / koupil v posledních 2 týdnech
- Vztahové parametry – nejoblíbenější / patří mezi oblíbené / nepoužívá, ale vyzkoušel by / používá, ale není fanouškem / nemá rád / nezná

- **Zaznamenání reklamy:**

- Zaznamenání – viděl nebo četl alespoň část reklamy (ano / ne)
- Přiřazení ke značce – poznal, kdo je inzerentem (ano / ne)
- Četl něco / všechno – objem přečteného textu reklamy (více než 1/2, méně než 1/2, nic)
- Akce vyvolané reklamou – viz následující slidy

- **Čtenost daného titulu:**

- Nákup vs. předplatné – tento výtisk / obvykle
- Kde čte – tento výtisk / obvykle
- Baterie vztahu/image daného titulu
- Čas strávený čtením / jak dlouho je čtenářem / kolik čísel průměrně čte
- Navštívil webové stránky časopise / kolik času zde strávil

StarchMetrix postihuje složitost printové inzerce a proto měří mnoho dimenzí tohoto důležitého média



- **Zaznamenání** – % čtenářů, kteří si vybavují danou reklamu daného čísla
- **Přiřazení ke značce** – % čtenářů, kteří správně určili inzerenta
- **Vyvolané akce** – počet čtenářů, kteří vykonali nějakou akci na základě dané reklamy
- **Přečetli něco** – % čtenářů, kteří přečetli alespoň část textu dané reklamy
- **Přečetli většinu** – % čtenářů, kteří přečetli více než polovinu textu dané reklamy
- **Vztah ke značce** – míra, do jaké jsou čtenáři daného titulu nakloněni jednotlivým inzerovaným značkám
- **Vliv značky na nákup / nákupní úmysl / doporučení produktu** – nákupní chování

StarchMetrix měří ROI čímž poskytuje argumenty pro zachování pozice printu při reklamním plánování



• Akce vyvolané reklamou:

- Má příznivější názor na inzerenta
- Navštívil internetové stránky
- Hledal více informací o produktu / službě
- Zakoupil produkt / službu
- Zvažuje nákup produktu / služby
- Vystříhl / schoval si reklamu
- Doporučil produkt / službu
- Žádné z výše uvedených

• Speciální akce:

- Hovořil o produktu s lékařem
- Hovořil o produktu s finančním poradcem
- Použil / plánuje použít kupón / poukázku / slevu
- Vyzkoušel / plánuje vyzkoušet recept
- Navštívil / plánuje navštívit autorizovaného prodejce / dealera
- Vyzkoušel proužek se vzorkem vůně
- Díval se / plánuje se dívat na televizní pořad
- Viděl / plánuje se podívat na film
- Vyfotil si QR kód
- Navštívil / připojil se k profilu společnosti na sociální síti

StarchMetrix data se reportují v SmartSystemu, který poskytuje rychlý a intuitivní přístup k datům



[Previous](#)
[Export](#)
[PDF](#)
[Print](#)
 Print Input Specs
 Display Totals Only
 Group By: None

Select Report > Magazines > Issues > Category > Column Options > Report

Magazine/Advertiser Detail Report

Magazine	Issue Date	Advertiser Name	Noted (%)	Any action taken Noters (%)	# of Ads in Issue	Rank in Issue Noted	Rank in Issue Associated	Rank in Issue Read Any	Rank in Issue Read Most	Issue Index Noted	Issue Index Associated	Issue Index Read Any	Issue Index Reac Most
Conde Nast Traveler	05/01/2010	HILTON HOTELS WORLDWIDE	90	67	74	1	1			173	202	209	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	FOOD	67	61	74	2	24	2	4	129	114	137	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	QME	66	46	74	3	5			127	139		
Conde Nast Traveler	05/01/2010	VER	65	33	74	4	2	21	38	125	141	105	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	NOR	65	65	74	4	2	1	1	125	141	144	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	NEU	64	76	74	6	2	4	1	123	141	130	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	AVE	62	60	74	7	6	11	9	119	136	112	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	AT&	61	36	74	8	7			117	134	95	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	ARI	61	56	74	8	49	3	1	117	91	133	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	CAY	61	54	74	8	37	9	6	117	98	116	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	LOU	60	48	74	11	15			115	123	102	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	DIS	60	65	74	11	6	21	18	115	130	105	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	PRA	59	43	74	13	12			113	125		
Conde Nast Traveler	05/01/2010	BEL	59	53	74	13	10			113	127	102	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	CELEBRITY CRUISES	59	56	74	13	12	5	18	113	125	126	
Conde Nast Traveler	05/01/2010	HAWAII STATE TP	59	61	74	13	15			113	123	119	



SmartSystém má 18 různých možností zobrazení dat pro rychlý a flexibilní reporting



LANCÔME MULTI COSMETICS

Category: Cosmetics & Beauty Aids: Comb Copy & NEC
2C1S4 | Page 2C

	Noted	Assoc.	Read Any	Read Most
Advertiser	84%	76%	77%	35%
Issue Norm (92 Ads)	58%	50%	48%	26%
Issue Index	145	152	160	135
Comparable MRI Starch Adnorm: 2C1S4 - All Magazines (All Titles)				
Adnorm (407 Ads)	69%	60%	58%	23%
Adnorm Index	122	127	133	152



Actions Taken by Those Who Noted the Ad	Any Actions Taken	Have a more favorable opinion	Visited website	Looked for more info about the product/service	Recommended the product/service	Consider purchasing the product/service	Purchased the product/service	Clipped/saved the ad	None
Advertiser	65%	24%	9%	11%	38%	3%	8%	3%	35%
Category Norm (246 Ads)	65%	19%	8%	14%	33%	12%	13%	7%	35%
Category Index	100	126	113	79	115	25	62	43	100

Brand Disposition	Positively disposed (Net)	My favorite brand	One of several brands I like	Don't use, but it's worth trying	Negatively disposed (Net)	I use it but don't particularly like it	I don't like it	I'm unfamiliar with it
Lancome Cosmetics	77%	11%	41%	25%	23%	1%	2%	19%
Brand Category Norm (246 Ads)	71%	13%	37%	21%	29%	2%	5%	22%
Brand Index	108	85	111	119	79	50	40	86

4. StarchMetrix pilotní studie v ČR

StarchMetrix pilot v ČR



- Pilotní výzkum zahrnoval říjnová vydání časopisů vytipovaných UV:



- Celkem bylo testováno 260 reklam

4.1. Top 10 reklam

Top 10 reklam zaregistrovaných spolu se značkou

Pořadí	Titul	Strana	Velikost	Název	% zaznamenaní	Počet čtenářů	% přiřazení značky
1	Žena a život	149	1p	čokolády Merci	82,7%	315 087	81,9%
2	Respekt	IF cov.	1p	obchody Lidl	83,3%	120 785	79,4%
3	Žena a život	B cov.	1p	vůně Naomi Campbell	78,0%	297 180	75,6%
4	Žena a život	111	1p	káva Jacobs	77,8%	296 418	75,4%
5	Žena a život	43	1p	vlasová kosmetika Wella	76,4%	291 084	74,8%
6	Respekt	B cov.	1p	úvěry Česká spořitelna	75,4%	109 330	74,6%
7	Blesk pro ženy	15	1p	pleťová kosmetika Nivea	75,6%	489 132	73,2%
8	Žena a život	61	1p	pleťová kosmetika Dermacol	75,4%	287 274	73,0%
9	Apetit	19	1p	čokolády Lindt	73,6%	94 208	72,0%
10	Moderní byt	136-137	2p	nádobí Tescoma	77,8%	69 242	70,6%



Top 10 reklam vyvolávajících akcí

Pořadí	Titul	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
1	Žena a život	149	1p	čokolády Merci	67,7%	257 937	Zvažují nákup
2	Žena a život	111	1p	káva Jacobs	64,3%	244 983	Zvažují nákup
3	Moderní byt	136-137	2p	nádobí Tescoma	62,7%	55 803	Zvažují nákup
4	Žena a život	43	1p	vlasová kosmetika Wella	62,2%	236 982	Zvažují nákup
5	Žena a život	17	1p	pleťová kosmetika Nivea	59,5%	226 695	Zvažují nákup
6	Apetit	19	1p	čokolády Lindt	59,2%	75 776	Koupili
7	Žena a život	53	1p	pleťová kosmetika Garnier	57,5%	219 075	Zvažují nákup
8	Apetit	39	1p	mouka Babiččina volba	56,0%	71 680	Chtějí zkusit recept
9	Moderní byt	135	1p	podlahové krytiny Breno	55,6%	49 484	Zvažují nákup
10	Respekt	IF cov.	1p	obchody Lidl	55,6%	80 620	Zvažují nákup



4.2. Top 5 reklam v jednotlivých časopisech

Top 5 reklam Apetit – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				49,6 %	128 000	42,9 %
1	120-121	2p	předplatné časopise Apetit	76,8 %	98 304	69,6 %
2	19	1p	čokolády Lindt	73,6 %	94 208	72,0 %
3	20	1p	rádio Frekvence 1	68,8 %	88 064	66,4 %
4	39	1p	mouka Babiččina volba	62,4 %	79 872	48,8 %
5	7	1p	obchody Interspar	58,4 %	74 752	51,2 %

PŘEDPLATNÍ & SADA MANUFATURA VANILKA

Apetit Česká kuchyně
76
Jiří Štěrba
Kuchařství

APETIT NA CELÝ ROK!
24 PRŮBĚHŮ
SAPROSTĚNÍ
• COOKING TALK SHOW
• MANUFAKTURA VANILKA
• TYPICKÉ VĚSTVÍ
• AŽ DO SCHÁZKY

Manufaktura vanilky
• 100% vanilka
• 100% vanilka
• 100% vanilka
• 100% vanilka

VOLEJTE 844 187 188
NEBO 700 240 NEBO 045 212 212

Lindt Excellence
85% COCOA

Lindt Excellence – vědět víc, chutnat lépe

Frekvence 1
HUDBA ZPRÁVY
ZÁBAVA

DANŤSKÝ KLUB
MAGAZIN L. 13,00 - 12,00

Babiččiny buchty
jsou stále in!

Nejlepší mouka

1
2
3

Přišli si jen pro banány v akci...

INTERSPAR
Příznivé ceny z nás dělají místo pro vaše nákupy

Top 5 reklam vyvolávajících akci

Apetit – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				31,5 %	128 000	
1	19	1p	čokolády Lindt	59,2 %	89 088	Koupili
2	39	1p	mouka Babiččina volba	56,0 %	75 776	Chtějí zkusit recept
3	120-121	2p	předplatné časopise Apetit	52,8 %	71 680	Zvažují nákup
4	42	1p	časopis Apetit	44,8 %	67 584	Zvažují nákup
5	B cov.	1p	drogistické zboží Somat	39,2 %	57 344	Koupili



Top 5 reklam Automobil Revue – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				53,6 %	100 000	48,5 %
1	15	1p	automobily Mercedes-Benz	70,6 %	70 634	67,5 %
2	IB cov.	1p	automobily Toyota – Yaris	61,9 %	61 904	60,3 %
3	Insert	4p	automobily Jaguar	61,1 %	61 111	57,9 %
4	IF cov.	1p	automobily Kia - Ceed SW	59,5 %	59 523	55,6 %
5	40-41	2p	automobily Hyundai - i30	59,5 %	59 523	55,6 %



Top 5 reklam vyvolávajících akci Automobil Revue – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				30,5 %	100 000	
1	15	1p	automobily Mercedes-Benz	48,4 %	48 413	Lepší názor na značku
2	IB cov.	1p	automobily Toyota – Yaris	39,7 %	39 683	Lepší názor na značku
3	Insert	4p	automobily Jaguar	37,3 %	37 302	Lepší názor na značku
4	IF cov.	1p	automobily Subaru – Forester	35,7 %	35 714	Lepší názor na značku
5	40-41	2p	automobily Hyundai - i30	34,9 %	34 921	Návštěva stránek



Top 5 reklam Blesk pro ženy – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				63,7 %	647 000	54,9 %
1	Insert	20p	obchody DM drogerie	84,3 %	545 110	81,1 %
2	19	1p	obchody Lidl	77,2 %	499 259	72,4 %
3	15	1p	pleťová kosmetika Nivea	75,6 %	489 070	73,2 %
4	47	1/2p	potraviny Hamé	69,3 %	448 315	66,9 %
5	IF cov.	1p	kuchyňské potřeby 4home	68,5 %	443 220	59,8 %

Ušetřím ještě víc!

Cenový bombónek
Platí do vyčerpání zásob.

Journal
Okřídíl vezmu od podlahy!

LIDL
Surovinová volba

VÍNA
EXKLUZIVNÍ FRANCOUZSKÁ
doporučuje Marek Dvořák

od pondělí 6. října

249,-
99,90

NIVEA 100 LET VÝNĚMČE PÉČE PRO ČELI

JEŠTĚ ÚČINNĚJŠÍ ŘADA PROTI VRÁSKÁM NIVEA

SLADKÁ NEŘEST
JAKÉ MĚLA MOCER
Gyula Bék

STŘEDNĚKOVÁ KLADENSKÁ UHLÍŘEINA

NOVINKA KYSLEČKA

VÍTE V PROBLÉMU POKRYTÍ S DÁREČEK VĚNOČNÍ NEŘESTI?

4home speciální cena pro nové zákazníky

vánoční cukrovi
třída Fracka

999,-
499,-

Aditivní silikonová sada za poloviční ceny!

kompletní nabídka na www.4home.cz

Top 5 reklam vyvolávajících akci Blesk pro ženy – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				35,1 %	647 000	
1	Insert	20p	obchody DM drogerie	63,8 %	412 654	Zvažují nákup
2	15	1p	pleťová kosmetika Nivea	54,3 %	351 520	Zvažují nákup
3	47	1/2p	potraviny Hamé	49,6 %	320 953	Zvažují nákup
4	45	1/3p	obchody Globus	42,5 %	275 102	Zvažují nákup
5	IF cov.	1p	kuchyňské potřeby 4home	40,2 %	259 819	Zvažují nákup

Ušetřím ještě víc!

Cenový bonbónek
Platí do vyčerpání zásob.

Journal
Okříd vězmu od podlahy!

NIVEA 100 LET VÝMĚNĚ PÉČE PRO ŽENY

JESTĚ ÚČINNĚJŠÍ ŘADA PROTI VRÁSKÁM NIVEA

SLADKÁ NERES

KLADENSKÁ UHLÍŘINA

SIVNICKÁ KYSELICA

KAPRI SE ZELEN

Zákazníky si nedovolím vypíct.

4home speciální cena pro nové zákazníky

vánoční cukroví

999 Kč
499 Kč

Top 5 reklam Chip – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				44,2 %	101 000	38,8 %
1	81	1p	internetové stránky Mapy.cz	69,0 %	69 738	66,7 %
2	142-143	2p	předplatné časopise Chip	69,0 %	69 738	66,7 %
3	63	1p	internetové obchody CZC.cz	64,3 %	64 929	61,1 %
4	13	1p	telekomunikace Vodafone	61,9 %	62 524	58,7 %
5	107	1p	časopisy Maxim	56,3 %	56 913	53,2 %



Top 5 reklam vyvolávajících akci Chip – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				26,2 %	101 000	
1	142-143	2p	předplatné časopise Chip	54,8 %	55 309	Zvažují nákup
2	81	1p	internetové stránky Mapy.cz	54,0 %	54 507	Návštěva stránek
3	63	1p	internetové obchody CZC.cz	43,7 %	44 087	Návštěva stránek
4	145	1p	časopisy Level	34,1 %	34 468	Zvažují nákup
5	B cov.	1p	cartridge Canon	33,3 %	33 666	Zvažují nákup

Top 5 reklam Moderní byt – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				47,9 %	89 000	36,7 %
1	136-137	2p	nádobí Tescoma	77,8 %	69 222	70,6 %
2	59	1/2p	koupelny Ravak	76,2 %	67 810	68,3 %
3	163	1p	obchody Kika	75,4 %	67 103	69,8 %
4	79	1p	obchody Kika	69,0 %	61 452	65,1 %
5	135	1p	podlahové krytiny Breno	67,5 %	60 040	62,7 %

Top 5 reklam vyvolávajících akci Moderní byt – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				31,2 %	89 000	
1	136-137	2p	nádobí Tescoma	62,7 %	55 802	Zvažují nákup
2	135	1p	podlahové krytiny Breno	55,6 %	49 444	Zvažují nákup
3	59	1/2p	koupelny Ravak	53,2 %	47 325	Návštěva stránek
4	79	1p	obchody Kika	50,8 %	45 206	Návštěva stránek & Vyhledání informací
5	163	1p	obchody Kika	50,8 %	45 206	Vyhledání informací



Top 5 reklam Reflex – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				50,2 %	310 000	42,4 %
1	IB cov.	1p	obchody Lidl	77,8 %	241 111	74,6 %
2	39	1/2p	předplatné časopise Reflex	69,0 %	214 048	65,9 %
3	17	1/2p	telekomunikace T-Mobile	67,5 %	209 127	63,5 %
4	B cov.	1p	obchody Hornbach	67,5 %	209 127	64,3 %
5	23	1/2p	telekomunikace O2	63,5 %	196 825	58,7 %



Top 5 reklam vyvolávajících akci Reflex – říjen 2012



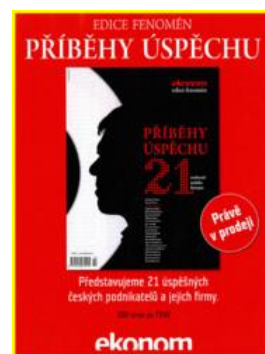
Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				23,5 %	310 000	
1	IB cov.	1p	obchody Lidl	50,0 %	155 000	Koupili
2	73	1/2p	filmy Cesta do lesa	47,6 %	147 619	Zvažují nákup
3	39	1/2p	předplatné časopise Reflex	44,4 %	137 778	Zvažují nákup
4	B. cov.	1p	obchody Hornbach	37,3 %	115 635	Lepší názor na značku
5	45	1/2p	výstavy Reflex - Akty X	34,1 %	105 794	Návštěva stránek



Top 5 reklam Respekt – říjen 2012



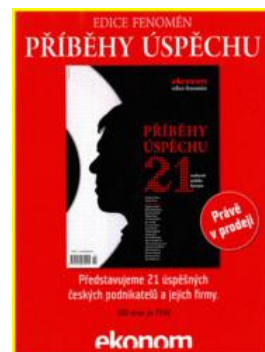
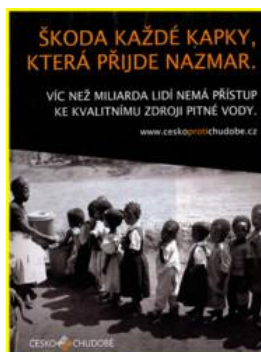
Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				55,4 %	145 000	43,8 %
1	IF cov.	1p	obchody Lidl	83,3 %	120 833	79,4 %
2	B cov.	1p	úvěry Česká spořitelna	75,4 %	109 325	74,6 %
3	29	1/3p	telekomunikace Vodafone	67,5 %	97 817	62,7 %
4	18	1p	časopisy Ekonom	65,1 %	94 365	47,6 %
5	Insert	4p	automobily Jaguar	63,5 %	92 063	55,6 %



Top 5 reklam vyvolávajících akcí Respekt – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				26,2 %	145 000	
1	IF cov.	1p	obchody Lidl	55,6 %	80 556	Zvažují nákup
2	29	1/3p	telekomunikace Vodafone	34,1 %	49 484	Vyhledání informací
3	39	1p	dobročinná organizace Česko proti chudobě	31,7 %	46 032	Návštěva stránek
4	18	1p	časopisy Ekonom	30,2 %	43 730	Zvažují nákup
5	34	1/2	internetové stránky IHNED.cz	30,2 %	43 730	Návštěva stránek



Top 5 reklam Týdeník Květy – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				56,4 %	351 000	47,8 %
1	IF cov.	1p	rádio Impuls	70,6 %	247 929	67,5 %
2	57	1/2p	paštiky Veselá pastýřka	70,6 %	247 929	59,5 %
3	11	1/2p	obchody Mountfield	69,8 %	245 143	69,8 %
4	B cov.	1p	nemovitosti Ekonomické stavby	64,3 %	225 643	53,2 %
5	7	1/2p	mléčné výrobky Milko	64,3 %	225 643	58,7 %



Top 5 reklam vyvolávajících akci Týdeník Květy – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				32,7 %	351 000	
1	7	1/2p	mléčné výrobky Milko	50,8 %	178 286	Zvažují nákup & Koupili
2	57	1/2p	paštiky Veselá pastýřka	48,4 %	169 929	Zvažují nákup
3	11	1/2p	obchody Mountfield	42,1 %	147 643	Vyhledání informací
4	IF cov.	1p	rádio Impuls	40,5 %	142 071	Lepší názor na značku
5	29	1/2p	doplňky stravy Preventan	36,5 %	128 143	Zvažují nákup



Top 5 reklam TV Max – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				58,8 %	456 000	42,4 %
1	IF cov.	1p	automobily Hyundai - i30	74,8 %	341 102	68,5 %
2	B cov.	1p	internetové obchody TV Products	72,4 %	330 331	61,4 %
3	13	1p	zdravotnické pomůcky Handy Cure	63,0 %	287 244	37,0 %
4	IB cov.	2/3p	mobilní aplikace Mobilnia.cz	59,8 %	272 882	39,4 %
5	59	1/3p	nemovitosti Ekonomické stavby	52,8 %	240 567	35,4 %



Top 5 reklam vyvolávajících akci TV Max – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				26,0 %	456 000	
1	IF cov.	1p	automobily Hyundai - i30	38,6 %	175 937	Lepší názor na značku
2	B cov.	1p	internetové obchody TV Products	35,4 %	161 575	Návštěva stránek
3	Insert	4p	modely, sběratelství Praga V3S	28,3 %	129 260	Vyhledání informací
4	15	1/2p	letišťe Letiště Praha, Lufthansa	26,8 %	122 079	Návštěva stránek
5	IB cov.	2/3p	mobilní aplikace Mobilia.cz	24,4 %	111 307	Návštěva stránek



Top 5 reklam Žena a život – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% zaznamenání	Počet čtenářů	% přiřazení značky
Issue norm / čtenost				56,0 %	381 000	49,8 %
1	149	1p	čokolády Merci	82,7 %	315 000	81,9 %
2	B cov.	1p	vůně Naomi Campbell	78,0 %	297 000	75,6 %
3	111	1p	káva Jacobs	77,8 %	296 333	75,4 %
4	43	1p	vlasová kosmetika Wella	76,4 %	291 000	74,8 %
5	61	1p	pleťová kosmetika Dermacol	75,4 %	287 262	73,0 %



Top 5 reklam vyvolávajících akci Žena a život – říjen 2012



Pořadí	Strana	Velikost	Název	% akcí	Počet čtenářů	nejčastější akce
Issue norm / čtenost				36,5 %	381 000	
1	149	1p	čokolády Merci	67,7 %	258 000	Zvažují nákup
2	111	1p	káva Jacobs	64,3 %	244 929	Zvažují nákup
3	43	1p	vlasová kosmetika Wella	62,2 %	237 000	Zvažují nákup
4	17	1p	pleťová kosmetika Nivea	59,5 %	226 786	Zvažují nákup
5	53	1p	pleťová kosmetika Garnier	57,5 %	219 000	Zvažují nákup



4.3. Srovnání reklam stejné produktové kategorie v jednom časopise

StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie řetězce v časopise Apetit



Billa	41p
Zaznamenaní	57,6%
Přiřazení ke značce	55,2%
Vyvolané akce	30,4%
Zvažují nákup	3,2%

Interspar	7p
Zaznamenaní	58,4%
Přiřazení ke značce	51,2%
Vyvolané akce	36,8%
Zvažují nákup	10,4%



Makro	31p
Zaznamenaní	52,8%
Přiřazení ke značce	40,0%
Vyvolané akce	27,2%
Zvažují nákup	12,8%

StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie lednice v časopise Appetit



Philco	69p	Liebherr	IB cov.
Zaznamenání	48,0%	Zaznamenání	52,8%
Přiřazení ke značce	35,2%	Přiřazení ke značce	50,4%
Vyvolané akce	28,8%	Vyvolané akce	32,8%
Zvažují nákup	7,2%	Zvažují nákup	8,8%
Navštívili web	8,0%	Navštívili web	8,8%
Vyhledali více informací	1,6%	Vyhledali více informací	12,0%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie malá auta v časopise Automobil Revue



Fiat Punto Cool	13p
Zaznamenání	47,6%
Přiřazení ke značce	41,3%
Vyvolané akce	26,2%
Zvažují nákup	2,4%
Navštívili web	5,6%

Hyundai i30	40-41p
Zaznamenání	59,5%
Přiřazení ke značce	55,6%
Vyvolané akce	34,9%
Zvažují nákup	9,5%
Navštívili web	18,3%



Kia Ceed SW	In.f.c.
Zaznamenání	59,5%
Přiřazení ke značce	55,6%
Vyvolané akce	31,7%
Zvažují nákup	6,3%
Navštívili web	11,1%

Toyota Yaris	In.b.c.
Zaznamenání	61,9%
Přiřazení ke značce	60,3%
Vyvolané akce	39,7%
Zvažují nákup	4,0%
Navštívili web	13,5%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie luxusní auta v časopise Automobil Revue



Infinity	25p
Zaznamenání	55,6%
Přiřazení ke značce	51,6%
Vyvolané akce	31,7%
Zvažují nákup	0,8%
Navštívili web	10,3%

Mercedes	15p
Zaznamenání	70,6%
Přiřazení ke značce	67,5%
Vyvolané akce	48,4%
Zvažují nákup	3,2%
Navštívili web	15,9%



Jaguar	Insert
Zaznamenání	61,1%
Přiřazení ke značce	57,9%
Vyvolané akce	37,3%
Zvažují nákup	1,6%
Navštívili web	7,9%

StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí příklad kategorie SUV v časopise Automobil Revue



Mitsubishi Outlander	39p	Subaru - XV	45p
Zaznamenaní	49,2%	Zaznamenaní	46,0%
Přiřazení ke značce	45,2%	Přiřazení ke značce	39,7%
Vyvolané akce	22,2%	Vyvolané akce	27,0%
Zvažují nákup	0,8%	Zvažují nákup	1,6%
Navštívili web	7,1%	Navštívili web	5,6%



Subaru - Forester	In.b.c.
Zaznamenaní	56,3%
Přiřazení ke značce	52,4%
Vyvolané akce	35,7%
Zvažují nákup	4,0%
Navštívili web	13,5%

StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie nákupní centra v časopise Blesk pro ženy



OC Letňany	21p
Zaznamenání	43,3%
Přiřazení ke značce	35,4%
Vyvolané akce	20,5%
Vyhledali více informací	5,5%
Zvažují nákup	2,4%

Metropole Zličín	35p
Zaznamenání	48,8%
Přiřazení ke značce	37,8%
Vyvolané akce	21,3%
Vyhledali více informací	9,4%
Zvažují nákup	3,9%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie kancelářská technika v časopise Chip



Xerox	7p	Brother	19p
Zaznamenání	44,4%	Zaznamenání	39,7%
Přiřazení ke značce	41,3%	Přiřazení ke značce	37,3%
Vyvolané akce	20,6%	Vyvolané akce	24,6%
Zvažují nákup	4,8%	Zvažují nákup	3,2%
Navštívili web	6,3%	Navštívili web	9,5%



OKI	75p
Zaznamenání	44,4%
Přiřazení ke značce	39,7%
Vyvolané akce	16,7%
Zvažují nákup	1,6%
Navštívili web	7,1%

StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie mobilní operátoři v časopise Reflex



	Vodafone	5p	T-Mobile	17p
Zaznamenání	55,6%		Zaznamenání	67,5%
Přiřazení ke značce	52,4%		Přiřazení ke značce	63,5%
Vyvolané akce	23,0%		Vyvolané akce	24,6%
Zvažují nákup	1,6%		Zvažují nákup	2,4%
Vyhledali více informací	3,2%		Vyhledali více informací	6,3%



	O2	23p
Zaznamenání	63,5%	
Přiřazení ke značce	58,7%	
Vyvolané akce	20,6%	
Zvažují nákup	4,8%	
Vyhledali více informací	7,1%	

StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí příklad kategorie finanční služby v časopise Reflex



ČSOB- zajištěné fondy	29p	Komerční banka	i5
Zaznamenání	26,2%	Zaznamenání	57,9%
Přiřazení ke značce	8,7%	Přiřazení ke značce	55,6%
Vyvolané akce	7,1%	Vyvolané akce	18,3%
Zvažují nákup	0,0%	Zvažují nákup	3,2%
Navštívili web	0,8%	Navštívili web	4,8%



Equa bank	49p
Zaznamenání	46,0%
Přiřazení ke značce	40,5%
Vyvolané akce	25,4%
Zvažují nákup	5,6%
Navštívili web	7,1%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí příklad kategorie kuchyně v časopise Moderní byt



Scavolini	5p	Sedlák interier	15p	Schüller	31p
Zaznamenaní	38,9%	Zaznamenaní	45,2%	Zaznamenaní	40,5%
Přiřazení ke značce	26,2%	Přiřazení ke značce	35,7%	Přiřazení ke značce	27,8%
Vyvolané akce	26,2%	Vyvolané akce	28,6%	Vyvolané akce	26,2%
Zvažují nákup	4,0%	Zvažují nákup	5,6%	Zvažují nákup	1,6%

Lago	51p	Poggen Pohl	71p
Zaznamenaní	42,1%	Zaznamenaní	45,2%
Přiřazení ke značce	31,7%	Přiřazení ke značce	26,2%
Vyvolané akce	23,8%	Vyvolané akce	27,8%
Zvažují nákup	3,2%	Zvažují nákup	4,8%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie kožené pohovky v časopise Moderní byt



Ligne roset	13p
Zaznamenání	44,4%
Přiřazení ke značce	23,0%
Vyvolané akce	19,8%
Zvažují nákup	2,4%

Calia Italia	19p
Zaznamenání	33,3%
Přiřazení ke značce	27,0%
Vyvolané akce	20,6%
Zvažují nákup	4,0%



In-Elis	47p
Zaznamenání	40,5%
Přiřazení ke značce	25,4%
Vyvolané akce	25,4%
Zvažují nákup	9,5%

Natuzzi	37p
Zaznamenání	43,7%
Přiřazení ke značce	34,9%
Vyvolané akce	26,2%
Zvažují nákup	1,6%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí příklad kategorie svítidla v časopise Moderní byt



Artemide	109p
Zaznamenaní	31,0%
Přiřazení ke značce	21,4%
Vyvolané akce	20,6%
Zvažují nákup	4,8%

Lucis	113p
Zaznamenaní	41,3%
Přiřazení ke značce	26,2%
Vyvolané akce	25,4%
Zvažují nákup	3,2%



Koji lights	115p
Zaznamenaní	48,4%
Přiřazení ke značce	40,5%
Vyvolané akce	26,2%
Zvažují nákup	7,1%

StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie podlahové krytiny v časopise Moderní byt



Carpet design	129p
Zaznamenaní	36,5%
Přiřazení ke značce	25,4%
Vyvolané akce	20,6%
Zvažují nákup	4,0%

Kährs	131p
Zaznamenaní	47,6%
Přiřazení ke značce	36,5%
Vyvolané akce	30,2%
Zvažují nákup	6,3%



Parador	133p
Zaznamenaní	43,7%
Přiřazení ke značce	35,7%
Vyvolané akce	24,6%
Zvažují nákup	6,3%

Breno	135p
Zaznamenaní	67,5%
Přiřazení ke značce	62,7%
Vyvolané akce	55,6%
Zvažují nákup	18,3%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí příklad kategorie vytápění v časopise Moderní byt



Bodart&Gonay	IB cov.
Zaznamenaní	49,2%
Přiřazení ke značce	34,9%
Vyvolané akce	30,2%
Zvažují nákup	4,8%

Haas+Sohn	85p
Zaznamenaní	54,8%
Přiřazení ke značce	41,3%
Vyvolané akce	38,9%
Zvažují nákup	11,9%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie obuv v časopise Žena a život



Gabor	50p
Zaznamenání	43,7%
Přiřazení ke značce	36,5%
Vyvolané akce	25,4%
Zvažují nákup	7,9%

Vagabond	12p
Zaznamenání	56,3%
Přiřazení ke značce	42,9%
Vyvolané akce	32,5%
Zvažují nákup	11,1%



Tamaris	83p
Zaznamenání	66,9%
Přiřazení ke značce	58,3%
Vyvolané akce	40,9%
Zvažují nákup	18,1%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie farmacie v časopise Žena a život



	HemaGel	129p	Cicatridina	150p
Zaznamenání		42,9%	Zaznamenání	41,3%
Přiřazení ke značce		36,5%	Přiřazení ke značce	31,0%
Vyvolané akce		31,0%	Vyvolané akce	23,8%
Zvažují nákup		12,7%	Zvažují nákup	7,1%



Betadine	151p
Zaznamenání	54,3%
Přiřazení ke značce	48,0%
Vyvolané akce	37,8%
Zvažují nákup	11,0%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie parfémů v časopise Žena a život



Jil Sander - Everose	19p	Naomi Campbell	B cov.
Zaznamenání	51,2%	Zaznamenání	78,0%
Přiřazení ke značce	39,4%	Přiřazení ke značce	75,6%
Vyvolané akce	26,8%	Vyvolané akce	48,0%
Zvažují nákup	9,4%	Zvažují nákup	21,3%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí příklad kategorie koupelny v časopise Moderní byt



Ravak	59p
Zaznamenaní	76,2%
Přiřazení ke značce	68,3%
Vyvolané akce	53,2%
Zvažují nákup	16,7%

Rako	27p
Zaznamenaní	65,1%
Přiřazení ke značce	57,9%
Vyvolané akce	46,0%
Zvažují nákup	11,1%



Siko koupelny	167p
Zaznamenaní	54,0%
Přiřazení ke značce	49,2%
Vyvolané akce	38,9%
Zvažují nákup	7,1%

Kaldewei	17p
Zaznamenaní	36,5%
Přiřazení ke značce	25,4%
Vyvolané akce	21,4%
Zvažují nákup	3,2%



A-Keramika Group	8-9p
Zaznamenaní	39,7%
Přiřazení ke značce	28,6%
Vyvolané akce	23,0%
Zvažují nákup	7,1%

StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie pleťová kosmetika v časopise Žena a život



Avon	IF cov.
Zaznamenání	63,8%
Přiřazení ke značce	59,8%
Vyvolané akce	44,1%
Zvažují nákup	20,5%

Garnier	53p
Zaznamenání	73,2%
Přiřazení ke značce	72,4%
Vyvolané akce	57,5%
Zvažují nákup	29,9%



Clarins	62p
Zaznamenání	39,4%
Přiřazení ke značce	33,1%
Vyvolané akce	22,8%
Zvažují nákup	4,7%

Yves Rocher	139p
Zaznamenání	66,9%
Přiřazení ke značce	63,0%
Vyvolané akce	45,7%
Zvažují nákup	13,4%

Olay	143p
Zaznamenání	37,8%
Přiřazení ke značce	33,1%
Vyvolané akce	18,1%
Zvažují nákup	2,4%



StarchMetrix umožňuje srovnání s konkurencí

příklad kategorie pleťová kosmetika v časopise Žena a život



Nivea ČIST	17p
Zaznamenání	68,3%
Přiřazení ke značce	67,5%
Vyvolané akce	59,5%
Zvažují nákup	27,0%

Dermacol	61p
Zaznamenání	75,4%
Přiřazení ke značce	73,0%
Vyvolané akce	54,8%
Zvažují nákup	23,8%



Vichy	97p
Zaznamenání	66,1%
Přiřazení ke značce	66,1%
Vyvolané akce	49,6%
Zvažují nákup	18,9%

4.4. Srovnání stejných reklam v různých časopisech

StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly

příklad Vodafone



Apetit	11p
Zaznamenání	46,4%
Přiřazení ke značce	45,6%
Vyvolané akce	17,6%
Zvažují nákup	2,4%
Navštívili web	5,6%
Načetli si QR kód	3,2%

Automobil Revue	23p
Zaznamenání	54,8%
Přiřazení ke značce	50,8%
Vyvolané akce	29,4%
Zvažují nákup	3,2%
Navštívili web	9,5%
Načetli si QR kód	3,2%



StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly

příklad Lidl



Respekt	IF cov.
Zaznamenání	83,3%
Přiřazení ke značce	79,4%
Vyvolané akce	55,6%
Zvažují nákup	27,0%

Reflex	IB cov.
Zaznamenání	77,8%
Přiřazení ke značce	74,6%
Vyvolané akce	50,0%
Zvažují nákup	9,5%



Blesk pro ženy	19p
Zaznamenání	77,2%
Přiřazení ke značce	72,4%
Vyvolané akce	58,3%
Zvažují nákup	8,3%



StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly

příklad Veselá pastýřka



Žena a život	121p
Zaznamenání	57,1%
Přiřazení ke značce	46,8%
Vyvolané akce	40,5%
Zvažují nákup	13,5%

Týdeník Květy	57p
Zaznamenání	70,6%
Přiřazení ke značce	59,5%
Vyvolané akce	48,4%
Zvažují nákup	20,6%



StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly

příklad Impuls



Týdeník Květy	IF cov.
Zaznamenání	70,6%
Přiřazení ke značce	67,5%
Vyvolané akce	40,5%
Navštívili web	11,9%

Automobil Revue	50p
Zaznamenání	50,0%
Přiřazení ke značce	46,8%
Vyvolané akce	23,0%
Navštívili web	7,1%



StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly příklad Mitsubishi Outlander



Chip	99p
Zaznamenaní	45,2%
Přiřazení ke značce	43,7%
Vyvolané akce	24,6%
Zvažují nákup	0,8%
Navštívili web	7,9%

Automobil Revue	39p
Zaznamenaní	49,2%
Přiřazení ke značce	45,2%
Vyvolané akce	22,2%
Zvažují nákup	0,8%
Navštívili web	7,1%



Apetit	119p
Zaznamenaní	42,4%
Přiřazení ke značce	39,2%
Vyvolané akce	17,6%
Zvažují nákup	4,0%
Navštívili web	7,2%



StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly

příklad Tamaris



Žena a život	83p
Zaznamenání	66,9%
Přiřazení ke značce	58,3%
Vyvolané akce	40,9%
Zvažují nákup	18,1%

Blesk pro ženy	13p
Zaznamenání	66,9%
Přiřazení ke značce	58,3%
Vyvolané akce	37,8%
Zvažují nákup	18,1%



StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly příklad Jaguar



Respekt	insert
Zaznamenání	63,5%
Přiřazení ke značce	55,6%
Vyvolané akce	25,4%
Navštívili web	5,6%
Zvažují nákup	0,8%

Automobil Revue	insert
Zaznamenání	61,1%
Přiřazení ke značce	57,9%
Vyvolané akce	37,3%
Vyhledali více informací	11,1%
Zvažují nákup	1,6%



CO ZNAMENÁ VLASTNIT VŮZ JAGUAR:

ZÁRUČNÍ PAREY

SLUŽBY ZA PEVNÉ SLEĐHANOJ CENY

FRANCOVÁNÍ JAGUAR



VÁŠI AUTORIZOVANÍ PARTNEŘI JAGUAR:

JAGUAR LAND ROVER AUSTRIA GMBH

Adressa: ...



SPOUSTA NOVINEK U JAGUARU



HOW ALIVE ARE YOU?



StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly

příklad ČSOB - zajištěné fondy



Respekt	31p
Zaznamenání	31,7%
Přiřazení ke značce	12,7%
Vyvolané akce	12,7%
Zvažují nákup	2,4%
Navštívili web	3,2%

Reflex	29p
Zaznamenání	26,2%
Přiřazení ke značce	8,7%
Vyvolané akce	7,1%
Zvažují nákup	0,0%
Navštívili web	0,8%



StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly

příklad Ekonomické stavby



Reflex	i15
Zaznamenání	32,5%
Přiřazení ke značce	24,6%
Vyvolané akce	11,9%
Zvažují nákup	0,0%
Navštívili web	4,0%
Doporučili	3,2%

Týdeník Květy	B cov.
Zaznamenání	64,3%
Přiřazení ke značce	53,2%
Vyvolané akce	31,7%
Zvažují nákup	1,6%
Navštívili web	11,9%
Doporučili	6,3%



StarchMetrix umožňuje i srovnání efektu reklamy mezi tituly

příklad Letiště Praha, Lufthansa



Žena a život	125p
Zaznamenání	42,5%
Přiřazení ke značce	33,1%
Vyvolané akce	18,1%
Zvažují nákup	2,4%
Navštívili web	4,7%

TV Max	15p
Zaznamenání	50,4%
Přiřazení ke značce	39,4%
Vyvolané akce	26,8%
Zvažují nákup	4,7%
Navštívili web	11,0%



4.5. Synergie vícenásobné inzerce v jednom časopise

Vícenásobná inzerce v jednom vydání přináší synergii

Příklad vlastní reklama v časopise Apetit



Parametr	Apetit časopis	Apetit knihy	Apetit předplatné časopise	Apetit předplatné časopise	Celkem %	Celkem vs. Issue Index
Zaznamenání	52,0%	52,8%	52,0%	76,8%	90,4%	182
Přiřazení ke značce	48,0%	44,8%	45,6%	69,6%	81,6%	196
Četli něco	51,2%	43,2%	46,4%	68,8%	84,0%	-
Četli většinu	35,2%	24,0%	24,8%	47,2%	62,4%	-
Vyvolané akce	44,8%	44,8%	31,2%	52,8%	69,6%	230
Zvažují nákup	21,6%	16,8%	12,8%	24,8%	42,2%	435
Navštívili web	8,0%	5,6%	8,0%	9,6%	18,4%	235

Apetit diář vás s chutí provede příštím rokem

- nepřete si více 22 espressařských receptů
- sborník 120 receptů s fotografiemi a videem
- namořte si více času s příjemnou gastrónií

APETIT S DÁREKEM VYCHÁZÍ 10. 10.

APETIT
76
Česká kuchyně
Kari s masem
KOLÁČE
Kuchařka

Učte se italsky podle kuchařek Edice Apetit!

Italské espresso i na Váš stůl

Seznamte se s italským espresso a naučte se ho připravovat doma. Všechny recepty a tipy najdete v knize Italské espresso i na Váš stůl.

PŘEDPLATTE SI APETIT NA CELÝ ROK SLEVA 33%

VOLEJTE 844 187 188

844 187 188 nebo objednejte na www.burdamedia.cz

PŘEDPLATNÉ & SADA MANUFATURA VANILKA

APETIT NA CELÝ ROK

- 12x APETIT s 12x SLEVOU 33%
- 12x MANUFATURA VANILKA
- 12x SADA MANUFATURA VANILKA

VOLEJTE 844 187 188

844 187 188 nebo objednejte na www.burdamedia.cz

Vícenásobná inzerce v jednom vydání přináší synergii

Příklad Pantene v časopise Žena a život



Parametr	Sekvenční inzerce	Celostránková inzerce	Celkem %	Celkem vs. Issue Index
Zaznamenání	49,2%	64,3%	70,6%	127
Přiřazení ke značce	42,1%	60,3%	65,9%	133
Četli něco	43,7%	53,2%	61,9%	-
Četli většinu	27,8%	32,5%	42,1%	-
Vyvolané akce	34,9%	46,8%	51,6%	143
Zvažují nákup	17,5%	19,8%	24,6%	202
Vyhledání dalších informací	9,5%	10,3%	15,9%	213



Vícenásobná inzerce v jednom vydání přináší synergii

Příklad SW.cz v časopise Chip



Parametr	½ str. inzerce	Celostránková inzerce	Celkem %	Celkem vs. Issue Index
Zaznamenání	38,9%	42,9%	49,2%	112
Přiřazení ke značce	31,7%	37,3%	42,9%	111
Vyvolané akce	23,0%	31,0%	35,7%	138
Zvažují nákup	6,3%	2,4%	7,9%	171
Navštívili web	11,9%	11,9%	18,3%	190

Vícenásobná inzerce v jednom vydání přináší synergii

Příklad Kia - Ceed SW v časopise Automobil Revue



Parametr	Inzerce 1	Inzerce 2	Celkem %	Celkem vs. Issue Index
Zaznamenání	59,5%	52,4%	69,8%	132
Přiřazení ke značce	55,6%	46,8%	69,8%	147
Vyvolané akce	31,7%	31,0%	69,8%	133
Zvažují nákup	5,6%	6,3%	8,7%	257
Vyhledání dalších informací	12,7%	13,5%	18,3%	211
Načtení QR kódu	2,4%	0%	2,4%	-



Vícenásobná inzerce v jednom vydání přináší synergii

Příklad Kika v časopise Moderní byt



Parametr	Inzerce 1	Inzerce 2	Celkem %	Celkem vs. Issue Index
Zaznamenání	69,0%	75,4%	85,7%	185
Přiřazení ke značce	65,1%	69,8%	80,2%	224
Četli něco	56,3%	65,9%	75,4%	-
Četli většinu	41,3%	37,3%	52,3%	-
Vyvolané akce	50,8%	50,8%	65,1%	218
Zvažují nákup	17,1%	19,8%	23,8%	378
Navštívili web	19,0%	20,6%	29,4%	327



Synergie inzerce a PR článku v jednom vydání

Příklad Ekonomické stavby v časopise Moderní byt



Parametr	Inzerce	PR článek	Celkem %	Celkem vs. Issue Index
Zaznamenání	40,5%	36,5%	50,8%	109
Přiřazení ke značce	31,0%	27,8%	38,8%	111
Četli něco	33,3%	27,0%	41,3%	-
Četli většinu	16,6%	15,1%	23,0%	-
Vyvolané akce	23,0%	23,8%	42,8%	112
Vyhledali více informací	11,1%	10,3%	15,9%	177
Doporučili	7,1%	6,3%	10,3%	155



Synergie inzerce a PR článku v jednom vydání

Příklad iRobot v časopise Moderní byt



Parametr	Inzerce	PR článek	Celkem %	Celkem vs. Issue Index
Zaznamenání	44,4%	46,0%	57,9%	125
Přiřazení ke značce	38,1%	38,1%	49,2%	140
Četli něco	39,7%	38,1%	48,4%	-
Četli většinu	23,8%	23,0%	32,5%	-
Vyvolané akce	30,2%	32,5%	39,7%	133
Zvažují nákup	10,3%	11,1%	15,9%	252
Vyhledání dalších informací	12,7%	12,7%	20,6%	230



4.7. Průměrné hodnoty ukazatelů za jednotlivé časopisy

Průměrné dosažené hodnoty pro jednotlivé časopisy



Parametr	Apetit	Automobil Revue	Blesk pro ženy	Chip	Reflex	Moderní byt	Respekt	Týdeník Květy	TV Max	Žena a život
Čtenost čísla	128 000	100 000	647 000	101 000	310 000	89 000	145 000	351 000	456 000	381 000
Počet reklam	30	20	15	30	22	31	16	12	8	45
Zaznamenání	49,6%	53,6%	63,7%	44,2%	50,2%	47,9%	55,4%	56,4%	58,8%	56,0%
Přiřazení ke značce	42,9%	48,5%	54,9%	38,8%	42,4%	36,7%	43,8%	47,8%	42,4%	49,8%
Vyvolané akce	31,5%	30,5%	35,1%	26,2%	23,5%	31,2%	26,2%	32,7%	26,0%	36,5%
Zvažují nákup	10,8%	3,7%	10,9%	5,4%	5,2%	7,0%	5,2%	8,9%	4,5%	12,4%
Navštívili stránky	8,2%	9,6%	5,6%	9,9%	6,0%	12,2%	6,4%	7,3%	8,2%	7,1%
Doporučili	4,4%	3,8%	5,7%	4,4%	3,6%	7,1%	4,0%	5,3%	3,8%	5,9%



GfK – GROWTH FROM KNOWLEDGE



Richard Hospodský

Methodology & Innovation Expert

+420 731 534 265

richard.hospodsky@gfk.com