

JAK VYPADÁ SLEDOVÁNÍ TELEVIZE? >



SROVNÁNÍ ZÁSAHU

CÍLOVÁ SKUPINA

- ženy 25 – 40
- ABC

KLASIKA

KOMERČNÍ TELEVIZE

Zásah: **94,7 %**¹
Afinita: **99,0**



CHYTRÁ KAMPAŇ

TISK + ONLINE

Zásah: **98,5 %**²
Afinita: **102,1**



VĚDĚLI JSTE, ŽE...

... časopisy čte 86 % obyvatel České republiky?²

... 93 % čtenářů novin a časopisů uvádí, že jim inzeráty nijak nevadí?³

... naopak TV reklama vadí 73 % diváků,³ 60 % lidí během vysílání reklamy odchází od televize, přepne na jiný kanál nebo ztiší zvuk?⁴

CHCETE VĚDĚT VÍCE?

www.chytrakampan.cz

Titul X: +420 123 456 789

CZECH
PUBLISHERS
ASSOCIATION

UNIE
VYDAVATELŮ

¹ TV projekt, ATO – MEDIARESEARCH, 1. 7. 2012 – 31. 12. 2012 / ² MEDIA PROJEKT, SKMO, Unie vydavatelů a ARA's, realizace GfK Czech – Median, 1. 7. 2012 – 17. 12. 2012 / ³ Medienprofile & Medienbegabungen, Institut für Demoskopie, Allensbach, Germany, 2008 / ⁴ GfK Czech, Sledování televizní reklamy, 2007

JAK VYPADÁ SLEDOVÁNÍ TELEVIZE? >



**NEMUSÍTE
PLATIT MILIONY
ZA TELEVIZNÍ REKLAMU,
MÁTE JINOU
VOLBU!**

SROVNÁNÍ ZÁSAHU

CÍLOVÁ SKUPINA

- ženy 25 – 40
- ABC

KLASIKA

KOMERČNÍ TELEVIZE

Zásah: **94,7 %**¹
Afinita: **99,0**



CHYTRÁ KAMPAŇ

TISK + ONLINE

Zásah: **98,5 %**²
Afinita: **102,1**



VĚDĚLI JSTE, ŽE...

... tištěné noviny a jejich přílohy si přečte 6,6 milionu čtenářů v České republice, což představuje 74 % všech obyvatel?³

... 93 % čtenářů novin a časopisů uvádí, že jim inzeráty nijak nevadí?⁴

... naopak TV reklama vadí 73 % diváků,⁴ 60 % lidí během vysílání reklamy odchází od televize, přepne na jiný kanál nebo ztiší zvuk?⁵

CHCETE VĚDĚT VÍCE?

www.chytrakampan.cz

Deník X: +420 123 456 789

CZECH
PUBLISHERS
ASSOCIATION

UNIE
VYDAVATELŮ

¹ TV projekt, ATO – MEDIARESEARCH, 1. 7. 2012 – 31. 12. 2012 / ² MEDIA PROJEKT, SKMO, Unie vydavatelů a ARA's, realizace GfK Czech – Median, 1. 7. 2012 – 17. 12. 2012 / ³ MEDIA PROJEKT, SKMO, Unie vydavatelů a ARA's, realizace GfK Czech – Median, čtenost v delším časovém období / ⁴ Medienprofile & Medienbegabungen, Institut für Demoskopie, Allensbach, Germany, 2008 / ⁵ GfK Czech, Sledování televizní reklamy, 2007