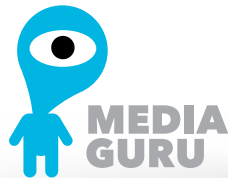


GURUweekly

30 week

24. červenec 2017



Týdenní přehled
ze světa médií, reklamy
a marketingu.

NetMonitor změnil metodiku

Data přinesla navýšení počtu RU

Výzkum návštěvnosti internetu NetMonitor přešel od 1. července na novou metodiku. Spočívá v tom, že přináší denní data hned druhý den po skončení měřeného období. Novinkou má být i přesnější model výpočtu reálných uživatelů (RU). První výsledky ukázaly, že všem silným hráčům se významně zvýšil počet reálných uživatelů. [Více...](#)



Vysílání DVB-T2 se rychle rozšiřuje

Novela o DVB-T2 prošla i Senátem

V nabídce přechodové sítě pro DVB-T2 je aktuálně 14 kanálů, v plánu je na podzim jejich rozšíření na 18 stanic. Přechodová síť DVB-T2 teď pokrývá 70% republiky, kompletní pokrytí má být završeno v prvním čtvrtletí 2018. Senát navíc ve středu schválil důležitou zákonnou normu pro DVB-T2. [Více...](#)



Televize odvyšily v pololetí víc TRP

Počet převyšuje úroveň z 1. pololetí 2016

Za období prvního pololetí odvyšily tuzemské TV stanice víc reklamních TRP (target rating point) než ve stejném období loni. Navýšení je patrné především ve skupině starší 15 let (+9%) a také ve skupině 15-69 (+7%), naopak v mladší skupině 15-54 je navýšení nejmenší (+2%). [Více...](#)



Prima finišuje se seriálem Kapitán Exner

Do vysílání míří další detektivní seriál

TV Prima finišuje s přípravou seriálu Kapitán Exner a avizuje, že se na obrazovkách televize objeví „už brzy“. Velmi pravděpodobně tak míří do podzimního vysílání televize. V hlavní roli se představí Michal Dlouhý, v seriálu si zahraje mj. i herečka Vica Kerekes. [Více...](#)



Barrandov dá seriál Sousedé čtyřikrát týdně

TV Barrandov zveřejnila podzimní pořady

Vztahový seriál Sousedé, který začala natáčet TV Barrandov, se má ve vysílání objevit čtyřikrát týdně v hlavním vysílacím čase: v pondělí, v úterý, v pátek a v sobotu vždy od 20:15. K seriálovým novinkám se ještě přiřadí týdenní cyklus Skutečné příběhy nebo nový zpravodajský pořad. [Více...](#)



Průzkum: Aktivita na Facebooku klesá

Uživatelé věnují pozornost i dalším sítím

Sociální sítě v Česku častěji navštěvují ženy. Oproti mužům na nich také tráví více času a přikládají jim větší důležitost. Vyplývá to z průzkumu AMI Digital Index. Ten také zjistil, že na nejsilnější sociální síti v ČR Facebooku postupně klesá aktivita uživatelů. Naopak se zvyšuje na Instagramu, LinkedInu a Twitteru. [Více...](#)



Seznam.cz uvedl nekonečný proud článků

Vznikl prostor i pro nový reklamní formát



Seznam.cz nově nabízí na home page nekonečný sloupec čtení rubriky „Další zajímavé články z českého internetu“. Dosud byl tento prostor k dispozici pouze pod tlačítkem „načítat další články“. Spolu s tím přichází s novým reklamním prostorem, do kterého je možné umístit skyscraper. [Více...](#)

KPMG zkoumala zákaznickou zkušenost Čechů

Sestavila také žebříček značek

Češi u značek nejvíce oceňují férový přístup a rychlou nápravu chyb. Největší rezervy mají podle nich v naplňování zákaznických očekávání. Ukazuje to studie „Fair play: 100 nejlepších zákaznických zkušeností v Česku 2017“, kterou na vzorku pěti tisíc respondentů realizovala na tuzemském trhu KPMG. [Více...](#)



Google nezobrazí vyskakující reklamu

Firma přitvrzuje proti pop-up prvkům



Google a jeho reklamní síť se snaží dál zkomplikovat provozování těch stránek, které uživatelům znepříjemňují prohlížení webu reklamou v různých typech vyskakovacích oken. Nejpřísněji hodlá postupovat vůči takzvaným „pop-under“ reklamám. [Více...](#)

Personální informace

Do Bubble přišli tři noví lidé

Contentová agentura Bubble hlásí nové tváře v client service týmu. Z reklamní agentury Triad Advertising přichází Kamila Karasová a Jakub Šumanský a z Boomerang Publishing Andrea Krenková (všichni na společné foto).



Reklamní kampaně uplynulého týdne

Vybíráme přehled aktuálních kampaní.

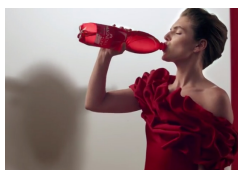
ČS vypráví příběh malíře



Na letní období nasadila Česká spořitelna novou kampaň s příběhem malíře Pavla Šicha, který díky hypotéce zrekonstruoval starý mlýn. [Více...](#)

*Zadavatel: Česká spořitelna
Mediámix: TV, OOH, tisk, internet
Reklamní agentura: Y&R
Produkce: Bistrio Films
Režie: Marek Partyš*

Magnesia uvádí brusinkovou novinku



Minerální voda Magnesia představuje kampaň novinku Magnesia Red Brusinka se šťávou z brusinek a přírodním hořčíkem. [Více...](#)

*Zadavatel: Karlovarské minerální vody
Mediámix: internet, in-store
Reklamní agentura: Milano Praha
Produkce: Toaster Pictures
Režie: Prokop Motl*

Mazagrande hraje o expedici



V digitálním prostředí láká novinka společnosti Tchibo na „Expedici Mazagrande“, v níž se budou moci výherci zúčastnit každodenních aktivit vybraných ambasadorů. [Více...](#)

*Zadavatel: Tchibo
Mediámix: internet
Reklamní agentura: Etnetera Motion*

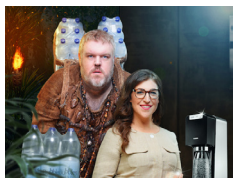
Audi připomíná modely A3 a A4



V bezstarostné letní atmosféře se nese aktuální kampaň Audi na podporu modelů A3 a A4 i cenové nabídky s balíčkem výhod. [Více...](#)

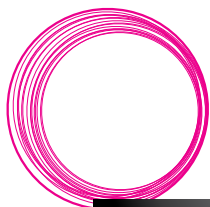
*Zadavatel: Porsche ČR
Mediámix: rádio, tisk, internet
Reklamní agentura: Addict*

SodaStream ukazuje člověka utahaného



Společnost SodaStream spustila novou globální kampaň, v níž v Muzeu nenormálních věcí vystavuje člověka utahaného neboli Homo schlepiens. [Více...](#)

*Zadavatel: SodaStream
Mediámix: TV, internet*



Mediální investice v prvním pololetí 2017

Monitoring reklamních investic určených na nákup reklamního prostoru v médiích indikuje za první pololetí 2017 nárůst o 11 procent. První pololetí mělo být z pohledu reklamní aktivity příznivé. Celkově se podle monitoringu v hrubém vyjádření vynaložilo do médií 41,5 mld. Kč, což ve srovnání s prvními šesti měsíci roku 2016 znamená navýšení o téměř 4 mld. Kč. Polepšily si přitom všechny mediatypy, nejvíce podle monitoringu rostla televizní reklama, která si připsala 15% navýšení, tj. cca 3 mld. Kč.

Ceníková cena reklamního prostoru, 1H/2016 a 2017

Mediatyp	2016	2017	Nárůst / Pokles
TV	19 898 533 000 Kč	22 826 720 000 Kč	14,7% ↑
Tisk	8 882 269 000 Kč	9 220 434 000 Kč	3,8% ↑
Internet	3 057 862 000 Kč	3 476 275 000 Kč	13,7% ↑
Rádio	3 328 711 000 Kč	3 554 247 000 Kč	6,8% ↑
OOH	2 393 386 000 Kč	2 468 889 000 Kč	3,2% ↑
celkem	37 560 761 000 Kč	41 546 565 000 Kč	10,6% ↑

Pozn.: Internet = jen display reklama

Ceníková cena reklamního prostoru, červen 2016 a 2017

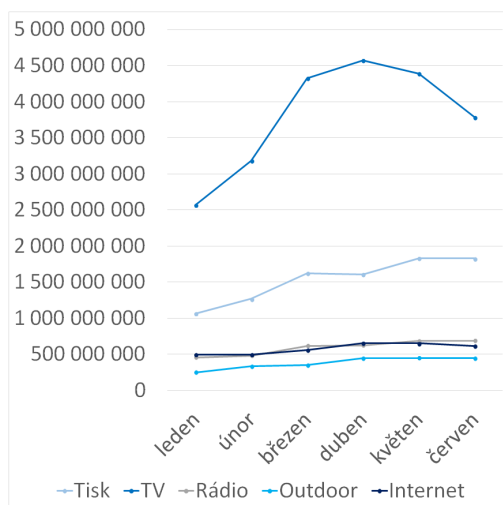
Mediatyp	Červen 2016	Červen 2017	Nárůst / Pokles
TV	3 460 120 000 Kč	3 787 135 000 Kč	9,5% ↑
Tisk	1 742 386 000 Kč	1 827 748 000 Kč	4,9% ↑
Internet	587 712 000 Kč	618 489 000 Kč	5,2% ↑
Rádio	660 315 000 Kč	687 392 000 Kč	4,1% ↑
OOH	446 231 000 Kč	477 382 000 Kč	7,0% ↑
celkem	6 896 764 000 Kč	7 398 146 000 Kč	7,3% ↑

Pozn.: Internet = jen display reklama

TOP 15 zadavatelů za 1. pololetí 2017 (Kč)

zadavatel	objem I-VI/2017 (Kč)
Unilever ČR	613 057 855
Alza.cz	609 029 797
Procter & Gamble International Operations	585 828 931
Lidl Česká republika	558 213 012
Reckitt Benckiser CR	556 123 787
Mountfield	514 318 613
Škoda Auto	496 366 790
Sazka	478 011 650
Henkel ČR	470 651 137
Ferrero Česká	451 011 472
Simply You Pharmaceuticals	440 012 939
Nestlé Česko	428 269 654
Porsche Česká republika	406 772 214
Česká Lékárna Holding	381 876 837
L'oreal Česká republika	370 513 610

Vývoj investic do mediatypů po měsících (Kč)



Zdroj: Nielsen Admosphere