

KOMUNIKAČNÉ KAMPANE A ICH EFEKTIVITA

MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA

Študijné materiály boli vypracované v rámci projektu KEGA: 025ŽU-4/2022 Tvorba interaktívneho programu so zameraním na športový manažment na báze IKT a WEB technológií.

INTEGROVANÁ MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA



Je to koordinácia a **integrácia všetkých marketingových komunikačných nástrojov, kanálov a zdrojov** v rámci organizácie do uceleného programu, ktorý maximalizuje dopad na spotrebiteľov a iných koncových užívateľov pri minimálnych nákladoch.

MERANIE EFEKTIVITY



- Zistiť všeobecné vnímanie a **znalosť značky** všeobecne
- Zistiť znalosť konkrétnej reklamnej kampane
- Zistiť mieru správneho priradenia značky k slepým motívom kampane
- Zistiť pochopenie hlavného posolstva kampane a zapamätanie si ďalších prvkov
- Ohodnotiť racionálny a emocionálny efekt kampane na spotrebiteľa
- **Zhodnotiť finančnú efektivitu** kampane
- Identifikovať **skupinu** v populácii, ktorá bola kampaňou **najlepšie „zasiahnutá“** – podľa sociodemografického členenia výsledkov aj z hľadiska lifestylevej typológie

DVA TYPY MERANIA

Hodnotenie
mimoekonomickej
účinnosti

Hodnotenie ekonomickej účinnosti

- Problémy:

1. Predané množstvo ovplyvňuje aj pôsobenie ostatných prvkov marketingového mixu
2. Predané množstvo tovaru závisí aj od externých faktorov
3. Nie je možné jednoznačne stanoviť začiatok a koniec pôsobenia použitých reklamných prostriedkov
4. Reklama na jeden výrobok môže mať pozitívny alebo negatívny vplyv i na predaj iných výrobkov podniku
5. Reklama konkurenčného produktu môže mať vplyv aj na predajnosť výrobkov nášho podniku

Typy ekonomického merania

- Objednávka so zreteľom na reklamné prostriedky
- Test oblastného predaja
- Demoskopický test (dve skupiny zákazníkov)
- Priame opytovanie

Hodnotenie ekonomickej účinnosti

- Spôsoby merania:

- **Objednávka so zreteľom na reklamné prostriedky** - dá sa použiť hlavne v podnikoch predávajúcich na základe písomného styku so zákazníkmi, kedy reklamné prostriedky (napr. reklamný list, katalóg) sú doplnené **objednávacím kupónom**. Podľa nich meriame účinok reklamnej akcie – **aj affiliate marketing (zľavové kódy)**
- **Test oblastného predaja** - posudzuje sa účinnosť reklamnej akcie dosiahnutým obratom v oblasti, **kde sa reklama robila v porovnaní s obratom v obdobnej oblasti, kde reklamná akcia neprebehla.**

Hodnotenie ekonomickej účinnosti

- Spôsoby merania:

- **Demoskopický test** - porovnávajú sa **dve skupiny zákazníkov**. Na jednu z nich reklamná akcia pôsobí, na druhú nie. Porovnaním kúpy výrobkov jednou a druhou skupinou sa vypočítava účinnosť reklamnej akcie
- **Priame opytovanie** - po reklamnej akcii sa kupujúcim kladú otázky, či ich **kúpu ovplyvnila uskutočnená reklama** alebo ich kúpne rozhodnutie ovplyvnil iný faktor

Typy mimoekonomického merania

- Znovupoznávací test
- Meranie stupňa informovanosti
- Spomienkový test
- Analýza imidžu

Hodnotenie mimoekonomickkej účinnosti

- Spôsoby merania:
 - **Meranie stupňa informovanosti** - uskutočňuje sa po reklamnej akcii opytovaním. Vlastné opytovanie môže byť s napovedaním (opytovanému predložíme **zoznam mien výrobkov** a zisťujeme, či ich **pozná**) a bez napovedania (otázka smeruje všeobecne k propagovanému výrobku).
 - **Znovupoznávací test** - ako pomôcka sa používa testovací zošit, ktorý sa dá testovaným osobám prelistovať a tie určia, ktoré **testovacie inzeráty** **znovupoznávajú**.

Hodnotenie mimoekonomickkej účinnosti

- Spôsoby merania:
 - **Spomienkový test** - zisťuje do akej miery si testovaná osoba **inzerát zapamätala**. Najprv sa zistí, či testovaná osoba uvedené noviny čítala, a potom sa jej predkladajú karty s menami podnikov či výrobkov inzerovaných v novinách. V ďalšom má opytovaný daný inzerát popísať a povedať, **aký dojem na neho urobil**.
 - **Analýza imidžu** - zisťuje **emocionálne pôsobenie a motivačné účinky reklamy**. Overuje, ako môže reklama vytvárať určité preferencie pre výrobok.

SVET – najlepšia kampaň

PODĽA KRITIKOV



JUST DO IT.


- Zapamätateľný slogan
- 1988 (začiatok)
- Tržby 800 miliónov → 2 miliardy (10 rokov)

