



Reklamní služby

Zuzana Brestičová
Petr Marvan
Jan Walik



Co je reklama?

„Umění hovna“

(Ludvík Vaculík)

„Navoněná zdechlina“



Co je reklama?

jakákoliv placená propagace zboží, služby či myšlenky

komerční komunikace konkrétního sponzora, který využívá různých komunikačních platforem jako tisku, rozhlasu, televize, billboardů, satelitu, internetu apod., aby oslovil určité publikum, tj. zákazníky



Historie reklamy

Od starověku součástí obchodu –
nabízena odměna za uprchlého otroka

Před 2500 lety – Kréta – hliněné tabulky
s reklamními prvky

Knihtisk – rozvoj reklamy



Cíle reklamy

- získat nové uživatele
- znovu získat starého zákazníka
- získat uživatele konkurenčních produktů
- posílit věrnost nestálých zákazníků
- zvýšit spotřebu produktu současných uživatelů



Komerční přestávka



Reklama moderní doby

- inzerce
- televizní a rozhlasová reklama
- vnější reklama
- reklama v kinech
- reklama na internetu



Televizní reklama

Výhody

- působí na více smyslů
- masový dosah
- flexibilita v časovém plánování
- nepůsobí anonymně

Nevýhody

- vysoké náklady
- možnost přepínání kanálů
- omezená selektivita
- přeplněnost
- omezené informace



Komerční přestávka



Rozhlasová reklama

Pouze zvuk – musí být kontrastní,
vzbudit pozornost

Výhody

- Cenová dostupnost
- Rychlost
- Osobní forma oslovení

Nevýhody

- Rozhlas – médium v pozadí
- Roztříštěnost posluchačů
- Přeplněnost



Internet

Silný nástroj reklamy

Reklama je volně přístupná všem účastníkům sítě

Výhody

- Rychlost
- Kapacita sítě
- Cena

Nevýhody

- Množství informací
- Selektivita
- Technická omezení



Venkovní reklama

Nezbytná znalost plochy pro instalaci tohoto typu

Důležitá je přehlednost a čitelnost

Výhody

- Pestrost
- Novátorské tvůrčí příležitosti
- Geografická flexibilita
- Efektivita

Nevýhody

- Omezené množství informací
- Dlouhá doba realizace



Reklamní agentury

WPP Group

- Založena 1985
Martinem Sorrellem
- 100 000 zaměstnanců
- 2000 kanceláří
- Působí ve 106 zemích
- V ČR 27 poboček
- Čistý zisk: £482.6 mil.



Komerční přestávka



Reklamní agentury

Mark/BBDO

- Vznikla spojením agentury Mark a BBDO
- „Agentura roku“ v letech 2002 a 2003
- Česká pobočka je centrálou pro střední Evropu pro klienty Pepsi

Staropramen, Toyota, Pepsi, OBI, Becherovka, Národní galerie, Český paralympijský tým, Styx, Zentiva



Reklamní agentury

Publicis

- 8900 zaměstnanců
- 251 poboček v 82 zemích
- Působí i v Praze
- Čistý zisk: 432 mil euro



Reklamní agentury

Interpublic Group

- Nadnárodní korporace
- Založena 1960
- Dnes 185 společností
- 43 000 zaměstnanců
- Více než 100 zemí

Další světové RA: Omnicom Group, Havas, Aegis Group



Komerční přestávka



Reklamní agentury

Euro RSCG Prague

- Součástí Euro RSCG Worldwide
- Sídlo v New Yorku
- 233 poboček v 75 zemích
- Praha centrem společnosti pro východní Evropu

Klienti: Bernard, Komerční banka, PSA Peugeot Citroën, Intel Corporation aj.



Reklamní agentury

Leo Burnett Advertising

- Součástí skupiny Publicis
- Billboardy, TV spoty kampaně o referendu přístupu ČR do EU
- Několikanásobné vítězství v soutěži Louskáček

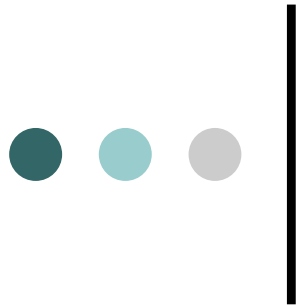
Klienti: Eurotel, Pilsner Urquell, GE Money Bank, Sony Ericson, Kooperativa, ZOO



Reklamní agentury

Další

- Lowe GGK
- Young&Rubicam
- Dorland
- Médea
- Mc Cann Ericsson



Zdroje

- http://en.wikipedia.org/wiki/Advertising_agency
- <http://biz.yahoo.com/ic/720.html>
- <http://www.wpp.com/wpp/>
- <http://www.adforum.com/preview/subscriber/list.asp>
- <http://www.interpublic.com/>
- http://www.publicis.com/index.cfm?action=dsp_network
- <http://www.hbi.cz>