

# Obsah

O autorech .....	9
Předmluva .....	11
Předmluva k 2. vydání .....	12
Předmluva k 3. vydání .....	13
<b>1. Co je reklama .....</b>	<b>15</b>
Co je reklama .....	16
Marketingové a komerční komunikace, propagace a reklama .....	17
Pro a proti reklamě .....	20
Komunikační mix a marketingová strategie .....	22
Reklama a společnost .....	26
<b>2. Jak připravit reklamní kampaň .....</b>	<b>31</b>
Krok za krokem .....	32
<i>Jak postupovat při přípravě reklamní kampaně</i> .....	33
Čeho chceme dosáhnout – stanovení cílů .....	33
Kolik to bude stát – kalkulace rozpočtu .....	35
Volba médií .....	37
<i>Tisková média</i> .....	38
<i>Televize</i> .....	40
<i>Rozhlas</i> .....	41
<i>Venkovní reklama</i> .....	42
<i>Internet</i> .....	43
<i>Sociální sítě</i> .....	43
<i>Struktura mediálního plánu</i> .....	44
Na koho se obracíme – cílová skupina .....	46
Geografické a demografické znaky .....	47
Znaky z hlediska nákupního chování .....	48
Typologie na základě postojů ke značce .....	48
Psychografická analýza a její využití .....	50
Psychologická segmentace .....	55
<i>„Specifické“ cílové skupiny – děti jako zákazníci a spotřebitelé</i> .....	56
<i>Jak s cílovou skupinou komunikovat</i> .....	59

3. Jak vytvořit tu „správnou“ reklamu .....	63
Která reklama je ta „správná“ .....	64
Obrazy, slova, barvy .....	66
Slova, slova, slova... dávejme pozor na řeč .....	67
<i>Výběr slov a délka vět</i> .....	67
<i>Technika vlastností</i> .....	67
<i>Používané typy písma</i> .....	68
<i>Používejme substantiva, ale nezapomínejme na slovesa</i> .....	69
Jak důležité jsou barvy .....	70
Jak vytvořit reklamní poselství .....	73
<i>Použít jazyk cílové skupiny</i> .....	73
<i>Jaké informace chceme sdělit</i> .....	73
<i>Zvolte správné argumenty</i> .....	74
Jaká jména a názvy používat .....	75
Logo .....	76
<i>Název, logo a corporate identity</i> .....	76
<i>Vztah loga a corporate designu</i> .....	77
<i>Požadavky na zpracování loga</i> .....	78
A co emoce .....	78
Reklamní mýty a skutečnost .....	81
Jak dělat dobrou reklamu? .....	84
4. Jak reklama působí – efektivní reklama .....	89
Předpoklady efektivní reklamy .....	90
<i>Jaké jsou předpoklady efektivní reklamy</i> .....	91
<i>Co všechno měříme?</i> .....	93
<i>Co měříme při zjišťování dopadu kampaně?</i> .....	95
<i>Líbivost reklamy (likes/dislikes)</i> .....	96
<i>Porozumění (comprehension) reklamě</i> .....	97
<i>Důvěryhodnost (credibility) reklamy</i> .....	97
<i>Efektivita a kreativita reklamy</i> .....	99
Co a jak měřit aneb co výzkum může a kde jsou jeho hranice .....	100
<i>Jaké nástroje a postupy pro měření efektivnosti reklamních kampaní</i> <i>známe</i> .....	107
<i>Nástroje, které pomohou při přípravě kampaně</i> .....	108
<i>Ověření účinnosti kampaně</i> .....	109
5. Jak si vybrat správnou agenturu .....	119
Co musíme vědět .....	120

Jak agenturu najít .....	121
Jak postupovat při výběru agentury .....	121
<i>Doporučený postup AKA při výběru komunikační agentury</i> .....	122
<i>Desetibodový průvodce výběrovým řízením</i> .....	122
<i>Jak bych si vybral agenturu</i> .....	127
<b>6. Nové trendy v marketingové komunikaci</b> .....	133
Internetová komunikace aneb člověk online .....	136
<i>Jak je to s využíváním internetu a internetové komunikace v Česku?</i> ...	138
<i>Budeme tedy všichni žít online?</i> .....	140
Kdy a jak využít principy gerilového marketingu .....	143
Event marketing – stále nové a stále silnější zážitky? .....	145
Product placement – nový přístup, nebo skrytá reklama? .....	149
Buzzmarketing .....	151
Virový marketing – jak šířit zprávy „samošířením“? .....	151
WOM neboli „šuškanda“ .....	153
<i>Sociální sítě</i> .....	154
<b>Slovo závěrem</b> .....	159
Co tedy čeká reklamu? .....	160
<b>Přílohy</b> .....	161
Příloha A Důležitá čísla .....	162
<i>Počty reklamních agentur</i> .....	163
Příloha B Důležité informace .....	164
<i>Právo a reklama</i> .....	164
<i>Přehled ukazatelů měření dopadu reklamních kampaní</i> .....	187
<i>Vzdělání v reklamě</i> .....	188
<i>Soutěže v oblasti reklamy</i> .....	189
Příloha C Základní informace o asociacích komunikačních a reklamních agentur a o Radě pro reklamu .....	191
<i>AČRA-MK (www.acra-mk.cz)</i> .....	191
<i>AKA (www.aka.cz)</i> .....	192
<i>RPR (www.rpr.cz)</i> .....	193
Příloha D Informace Mezinárodní obchodní komory k liberalizaci reklamních služeb .....	194
<i>Mezinárodní obchodní komora</i> .....	194

Příloha E Důležité adresy .....	197
<i>Adresář asociací a společností</i> .....	197
Příloha F Seznam odborného tisku s marketingovou tematikou .....	198
<b>Literatura</b> .....	202
<b>Shrnutí / Summary</b> .....	204
<b>Rejstřík</b> .....	205