

he → systém reklamy ↗

# Obsah

O autorech .....	9
Předmluva .....	11
Předmluva k 2. vydání .....	12
<b>1. Co je reklama</b> .....	13
Co je reklama .....	14
Marketingové a komerční komunikace, propagace a reklama .....	15
Pro a proti reklamě .....	18
Komunikační mix a marketingová strategie .....	19
Reklama a společnost .....	24
<b>2. Jak připravit reklamní kampaň</b> .....	27
Krok za krokem .....	28
<i>Jak postupovat při přípravě reklamní kampaně</i> .....	29
Čeho chceme dosáhnout – stanovení cílů .....	29
Kolik to bude stát – kalkulace rozpočtu .....	31
Volba médií .....	33
<i>Tisková média</i> .....	34
<i>Televize</i> .....	36
<i>Rozhlas</i> .....	37
<i>Venkovní reklama</i> .....	38
<i>Internet</i> .....	39
<i>Struktura mediálního plánu</i> .....	39
<i>Na koho se obrácíme – cílová skupina</i> .....	41
Geografické a demografické znaky .....	43
Znaky z hlediska nákupního chování .....	43
Typologie na základě postojů ke značce .....	44
Psychografická analýza a její využití .....	46
Psychologická segmentace .....	49
<i>„Specifické“ cílové skupiny – děti jako zákazníci a spotřebitelé</i> .....	50
Jak s cílovou skupinou komunikovat .....	53

<b>3. Jak vytvořit tu „správnou“ reklamu</b> .....	57
Která reklama je ta „správná“ .....	58
Obrazy, slova, barvy .....	60
Slova, slova, slova... dávejme pozor na řeč .....	61
<i>Výběr slov a délka vět</i> .....	61
<i>Technika vlastností</i> .....	61
<i>Používané typy písma</i> .....	62
<i>Používejme substantiva, ale nezapomínejme na slovesa</i> .....	63
Jak důležité jsou barvy .....	64
Jak vytvořit reklamní poselství .....	67
<i>Použit jazyk cílové skupiny</i> .....	67
<i>Jaké informace chceme sdělit</i> .....	67
<i>Zvolte správné argumenty</i> .....	68
Jaká jména a názvy používat .....	69
Logo .....	70
<i>Název, logo a corporate identity</i> .....	70
<i>Vztah loga a corporate designu</i> .....	71
<i>Požadavky na zpracování loga</i> .....	72
A co emoce .....	72
Reklamní mýty a skutečnost .....	75
Jak dělat dobrou reklamu? .....	78
<b>4. Jak reklama působí → efektivní reklama</b> .....	81
Předpoklady efektivní reklamy .....	82
<i>Jaké jsou předpoklady efektivní reklamy</i> .....	83
<i>Co všechno měříme?</i> .....	85
<i>Co měříme při zjišťování dopadu kampaně?</i> .....	87
<i>Libivost reklamy (likes/dislikes)</i> .....	88
<i>Porozumění (comprehension) reklamě</i> .....	88
<i>Důvěryhodnost (credibility) reklamy</i> .....	88
<i>Efektivita a kreativita reklamy</i> .....	90
<i>Co a jak měřit aneb co výzkum může a kde jsou jeho hranice</i> .....	92
<i>Jaké nástroje a postupy pro měření efektivnosti reklamních kampaní známe</i> .....	98
<i>Nástroje, které pomohou při přípravě kampaně</i> .....	99
<i>Ověření účinnosti kampaně</i> .....	100
<b>5. Jak si vybrat správnou agenturu</b> .....	109
Co musíme vědět .....	110
Jak agenturu najít .....	111

Jak postupovat při výběru agentury .....	111
<i>Doporučený postup AKA při výběru komunikační agentury</i> .....	112
<i>Desetibodový průvodce výběrovým řízením</i> .....	112
<i>Jak bych si vybral agenturu</i> .....	117
<b>6. Nové trendy v marketingové komunikaci</b> .....	123
Internetová komunikace aneb člověk on-line .....	125
<i>Jak je to s využíváním internetu a internetové komunikace</i> <i>v Česku?</i> .....	125
<i>Budeme tedy všichni žít on-line?</i> .....	126
<i>Kdy a jak využít principy gerilového marketingu</i> .....	128
Event marketing – stále nové a stále silnější zážitky? .....	130
Product placement – nový přístup, nebo skrytá reklama? .....	131
Virový marketing – jak šířit zprávy „samošifněním“? .....	133
<b>7. Slovo závěrem</b> .....	137
Co tedy čeká reklamu? .....	138
<b>Přílohy</b> .....	139
Příloha A Důležitá čísla .....	140
<i>Počty reklamních agentur</i> .....	141
Příloha B Důležité informace .....	142
<i>Právo a reklama</i> .....	142
<i>Přehled ukazatelů měření dopadu reklamních kampaní</i> .....	161
<i>Vzdělání v reklamě</i> .....	163
<i>Soutěže v oblasti reklamy</i> .....	164
Příloha C Základní informace o asociacích komunikačních a reklamních agentur a o Radě pro reklamu .....	166
<i>ACRA-MK (www.acra-mk.cz)</i> .....	166
<i>AKA (www.aka.cz)</i> .....	167
<i>RPR (www.rpr.cz)</i> .....	168
Příloha D Informace Mezinárodní obchodní komory k liberalizaci reklamních služeb .....	169
<i>Mezinárodní obchodní komora</i> .....	169
Příloha E Důležité adresy .....	172
<i>Adresář asociací a společností</i> .....	172
Příloha F Seznam odborného tisku s marketingovou tematikou .....	173
<b>Literatura</b> .....	177
<b>Rejstřík</b> .....	179