

ANALÝZA INOVATIVNÍCH DIGITÁLNÍCH PLATFORMEM VYUŽITELNÝCH K PROPAGACI

Autor práce: Ing. Oldřich Kratochvíl

Vedoucí práce: Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.

Studijní program: Projektové řízení inovací

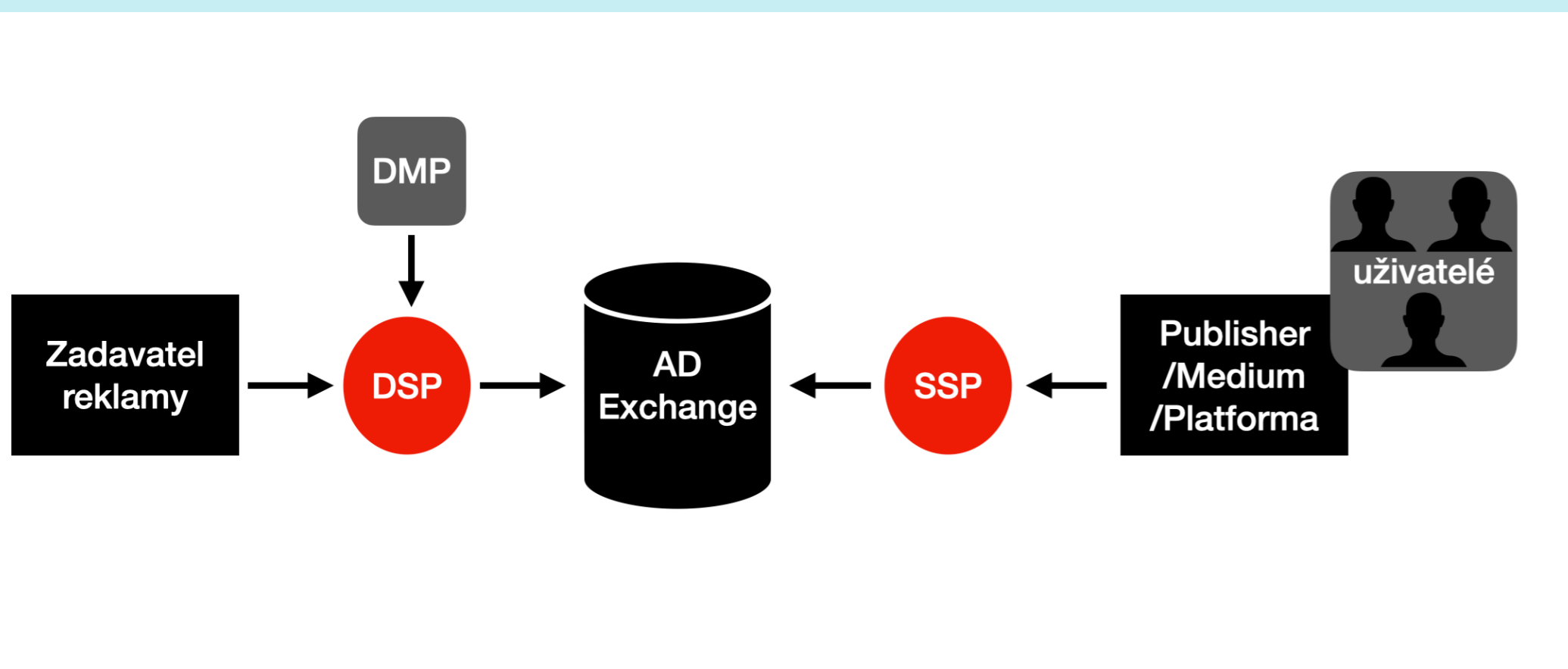
ABSTRAKT

Diplomová práce se bude zabývat problematikou reklamy na nových platformách dostupných v ČR. Na vybraných platformách, které budou ze sestavených parametrů určeny jako inovativní, bude provedena situační analýza, predikce vývoje, benchmarková analýza a další metody. Cílem diplomové práce je představit čtenáři vybrané platformy, analyzovat je a poskytnout ucelený výstup o využití těchto platform pro propagaci. Výstupem diplomové práce bude matice, která podle zadaných parametrů určí vhodnost využití vybraných platform do komunikačního mixu.

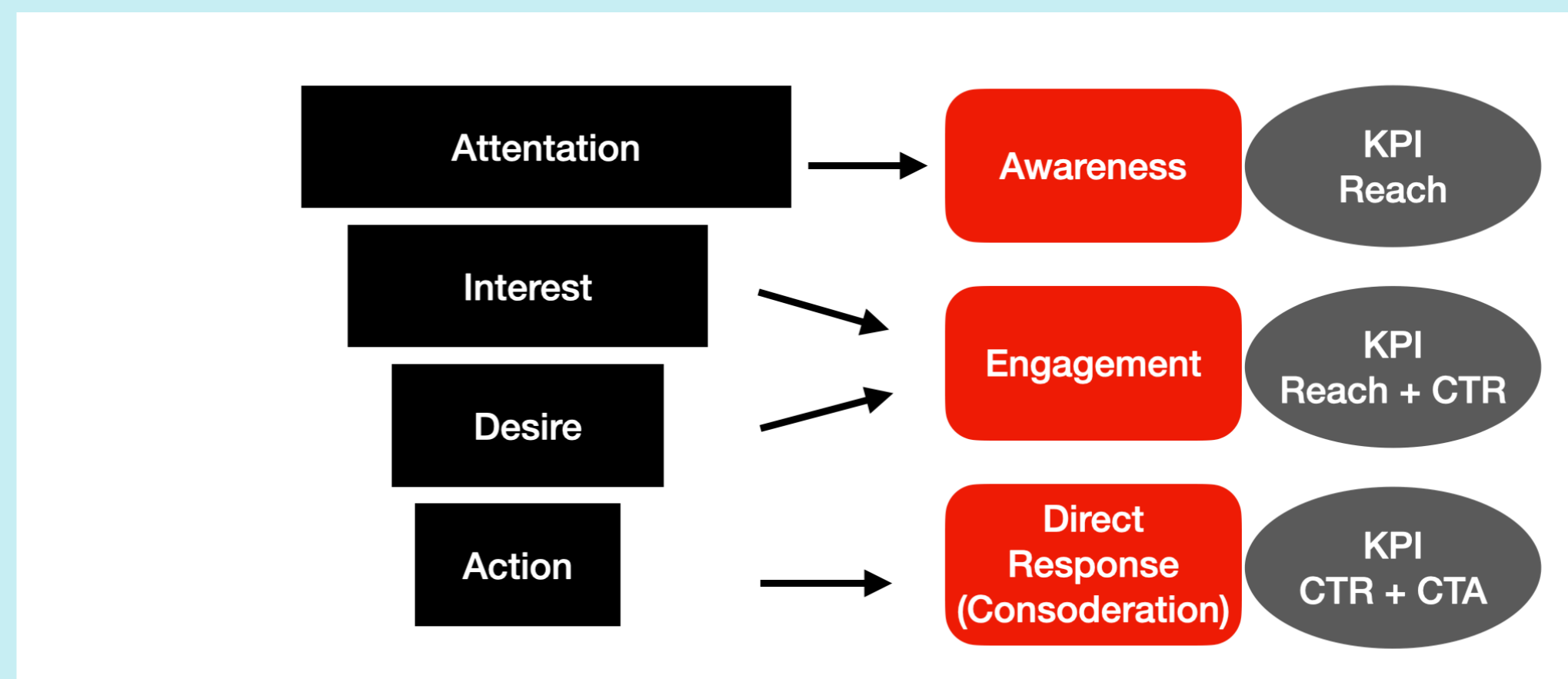
ENGLISH SUMMARY

The diploma thesis focuses on advertising on new platforms available in the Czech Republic. For those platforms, determined as innovative ones - based on the research, a situational analysis, prediction of a development, benchmark analysis, and other methods is made. The thesis aims to present these platforms and provide a comprehensive output of how to use these platforms for advertising. The thesis output is a matrix that determines the suitability of the selected platforms in the communication mix according to the specified parameters.

PROGRAMMATIC SCHEMA



MODEL AIDA + MKE FUNNEL



1 VÝBĚR INOVATIVNÍCH PLATFORMEM

2 ANALÝZA VYBRANÝCH INOVATIVNÍCH PLATFORMEM

3 ROZHODOVACÍ MATICE

ATRIBUTY ROZHODOVÁNÍ O UMÍSTĚNÍ REKLAMY	Snapchat	Spotify	Adcolony	TikTok	Twitter	LinkedIn
CÍLENÍ						
Cílit na CS 13-18						
Cílit na CS 35+						
Cílit na CS 45+						
Cílit na CS 18-35						
Cílit na CS muže						
Cílit na CS ženy						
Cílit na B2B segment						
Cílit na B2C segment						
Cílit dle vzdělání, sociálního statusu						
Cílit dle zájmů						
Cílit GEO lokace						
FORMÁT						
Umístit video (více než 15 s.)						
Umístit krátké video (méně než 15 s.)						
Video přes celou obrazovku 9:16						
Video přes celou obrazovku 16:9						
Nepřeskočitelná reklama						
Audio formát						
Statický obrázek, banner						
Krativa s textem - popisem						
CÍLE						
Ukázat produktovou řadu (Carousel)						
Cílem je Zásah, Brand Awareness						
Cílem je získat kliky						
Cílem je získat zhlédnutí videa						
Cílem je získat stažení aplikace						
Cílem je získat vyplnění formuláře						
Garance nekonkurenčnosti						
Možnost CTA tlačítka						
Retargeting						
ZPŮSOB NÁKUPU						
Přímý nákup (min. objednávka)						
Programmatic -PMP						
Programmatic Ad manager - aukce						
SPECIFIKUM						
Propagovaný organický obsah						
Možnost ojedinelé kreativy						
Využití Influencerů na platformě						
Brand Safety						

Reklamní agentury, ale i přímí zadavatelé reklamy často nevědí, jak dané platformy uchopit a k jaké formě reklamy je využít. Jsem přesvědčený, že výstupní matice této diplomové práce, kde jsme vytvořil i manuál, může být velmi nápomocnou pomůckou v rozhodovacím procesu o využití dané platformy. Matice je jednoduchým návodem, co od dané platformy očekávat, jaké má daná platforma specifika a jaké cíle kampaně je možné s danou platformou sledovat, jestliže bude využita pro umístění reklamního sdělení.

Vhodná platforma	
silně	slabě
Nedůležité pro platformu	
slabě	silně
Nevhodná platforma	
slabě	silně

Zadavatel reklamy se orientuje dle zvolených atributů v levém sloupci matice. Každý atribut je hodnocen dle šestibodové hodnotící škály.