

NEUTRAL SCREEN PLANNING

Plánování televizních kampaní podle skutečného chování diváků



1 Co to je Neutral Screen Planning?

2
Typ obrazovky
nehraje roli.

Reflektuje dnešní
chování uživatelů.

Přináší
dodatečnou
hodnotu pro
inzerenty.

Morpheus

A co umí? A proč?

Morpheus je nástroj pro optimalizaci spotových kampaní při současném zapojení TV a Internetu.

Základem je určení celkového zásahu TV + Online kampaně.

Výpočet je založen na znalosti chování cílové skupiny z hlediska konzumace televize a videoobsahu na Internetu.

Příslušný výzkum je realizován pravidelně od roku 2011 na vzorku 3000 respondentů.

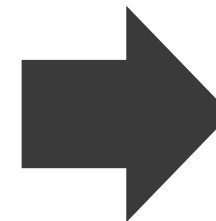
Aktuálně používaná vlna byla realizována na podzim 2017.

TRADIČNÍ PLÁNOVÁNÍ

Samostatné
kampaně TV,
online:

TV

ONLINE



MORPHEUS

Optimalizovaná
TV+Online
kampaň

TV+ONLINE



Navýšení zásahu: 10-25%

Úspora investic: 10-35%

1 Co je M1 (původní CCS)?

2 It is in-depth **single source of media, marketing and consumer** targeting data.

M1 is Dentsu Aegis Media's own system designed to help our clients **target** their communication **and optimize** their media investments

3 M1 is a unique system tailormade to answer the questions:

- Who are our **most valuable consumers**?
- How can we most efficiently **target** them?
- With a message that they will **engage** with?



M1 Benchmark Content

Content of the general module, CCS Benchmark, in 3 categories:



PORTRAIT

- Demographic
- Opinions & values
- Interests
- Passions
- Activities (day in a life)
- Shopping
- Events
- Day in a life
- A brand for me
- Frequency (Vacation/business trip)
- Time spend on transport
- Technology



FOOTPRINT

- TV
- Print (newspapers & magazines)
- Radio
- Internet
- Social media
- Mobil
- Out of Home
- Cinema
- Day in a media life
- Motivation using media
- Media-usage
- Media multitasking
- Media imperatives
- Reach and frequency
- Engagement
- Attention
- Pleasure
- Channel impact
- Earned media



JOURNEY

- Attitude towards commercials
- Notice of commercials
- Sought or given advice
- Decision frequency
- Decision maker
- Meaning of decision
- Decision journey

1 Proces a nastavení



M1 měří chování uživatelů přes:

55 koupených kanálů

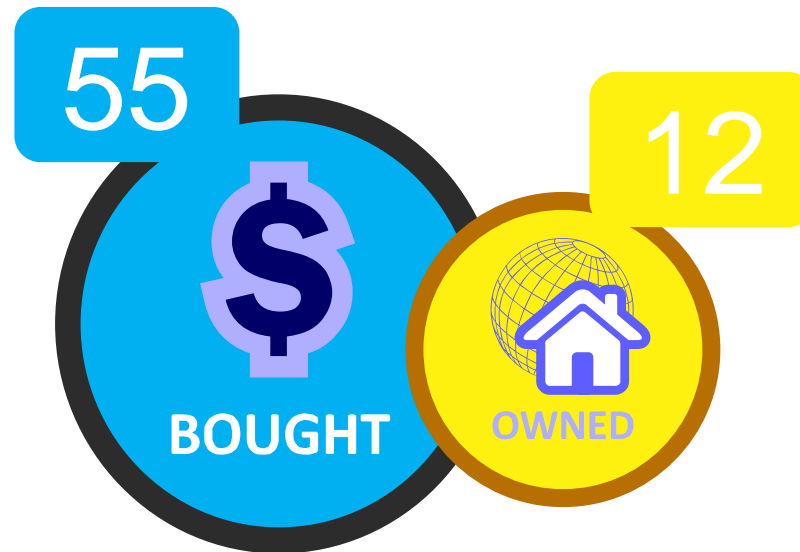
TV ads	Radio competition	Streaming music online
TV sponsorship	Radio DJ endorsement	Ads in games on social media
TV product placement	Radio DJ endorsement	A promoted link or tweet on Twitter
Marketing material direct to you (DM)	Radio DJ endorsement	Download ads
Local newspaper	Radio DJ endorsement	Online TV
Big Posters by the side of the road	Radio DJ endorsement	Coupons
Posters on Bus Shelters	Radio DJ endorsement	Retail promotions
Posters on MRT/LRT trains	Radio DJ endorsement	Branded events
Adverts on large digital screens	Radio DJ endorsement	Leaflet or sample in mags/newspapers
Ads on the back or sides of bus or taxi	Radio DJ endorsement	Paid Blogs
Poster on Main High Street	Radio DJ endorsement	Paid Endorsements
Adverts at the Airport	Radio DJ endorsement	Sports event sponsorship
Posters in Supermarkets or Malls	Radio DJ endorsement	Music event sponsorship
Adverts at a pub/bar/club	Radio DJ endorsement	Sponsorship of cinema screening
Adverts at a football/sports stadium	Radio DJ endorsement	Sponsored recommendation from sales person
Adverts in a game played on a console	Radio DJ endorsement	

55



M1 měří chování uživatelů přes:

12 vlastněných kanálů



- Window/Showroom displays
- Discount coupons/CRM
- Loyalty cards(e.g. supermarkets)
- Product/Pack or brochure in store
- Promotional material
- Free trials at supermarket etc
- Company / Brand website
- Merchandising
- Brand experiential
- Brand social media site

M1 měří chování uživatelů přes:

13 získaných kanálů



1 A také přes různé komunikační cíle

Brand Contact
Notice the brand/ communication



Which of these (80+channels) would make you **Take Notice** of (brand...)

Brand Recall
Remember the brand name



Which of these (80+channels) would make you **Remember** (brand...)

Brand Appraisal
Assess if it is 'right for me'



Which of these (80+channels) would make you **think it's the Right One for You**

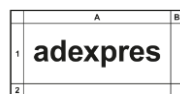
Brand Action
Find out more / try



Which of these (80+channels) would make you **Find Out More or even Try...**

A teď prakticky...

Kampaň na klasickou TV cílovku...



Zadání kampaně

Cílová skupina	A 25 – 45
Celkový rozpočet	5 000 000,- Kč
Reach	1+
Velikost cílové skupiny	3 297 293
Počet respondentů	1 355

Nalezení nejvyššího zásahu online

Top Server

1 youtube **Total reach 76,4%**

	Inkrementální reach
youtube	5%
facebook	4%
novinky.cz	4%
aktuálně.cz	4%
iDNES.cz	3%
stream.cz	3%
ČSFD	3%
ČT	2%
denik.cz	2%
super.cz	2%
iSport	2%
sport.cz	2%
IHNED.cz	2%
prima, prima play	2%
blesk.cz	2%
proženy.cz	2%
auto.cz	1%
nova	1%
e15	1%
mobilmania	1%
tiscali.cz	1%
žena.cz	1%
iFaster	1%
ivio	1%
líbímseti	1%
barrandov	0%
mixer	0%
autotube	0%
tvcom	0%

TOP dvojice serverů

1 youtube **Total reach 76,8%**
2 facebook

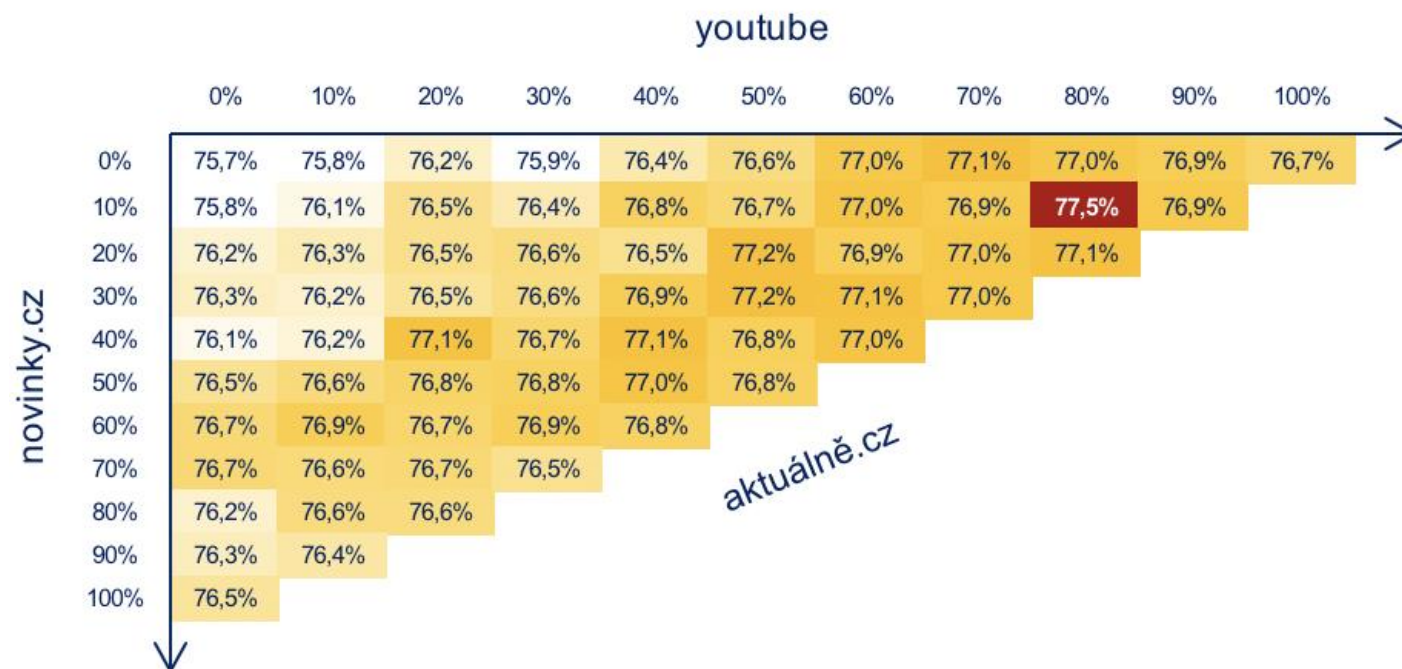
	Inkrementální reach
youtube	5%
facebook	5%
novinky.cz	5%
aktuálně.cz	5%
iDNES.cz	5%
super.cz	5%
stream.cz	5%
ČSFD	4%
ČT	4%
tiscali.cz	4%
blesk.cz	4%
denik.cz	4%
proženy.cz	4%
sport.cz	4%
e15	4%
iSport	4%
mobilmania	4%
prima, prima play	4%
nova	4%
IHNED.cz	4%
auto.cz	4%
barrandov	4%
ivio	4%
žena.cz	4%
líbímseti	3%
autotube	3%
iFaster	3%
mixer	3%
tvcom	3%

TOP trojice serverů

1 youtube **Total reach 76,9%**
2 facebook
3 aktuálně.cz

	Inkrementální reach
youtube	5%
facebook	5%
aktuálně.cz	5%
novinky.cz	5%
stream.cz	5%
super.cz	5%
ČSFD	5%
iDNES.cz	5%
sport.cz	5%
mobilmania	5%
denik.cz	5%
tiscali.cz	4%
auto.cz	4%
IHNED.cz	4%
prima, prima play	4%
e15	4%
proženy.cz	4%
nova	4%
ČT	4%
iSport	4%
blesk.cz	4%
barrandov	4%
iFaster	4%
líbímseti	4%
autotube	4%
žena.cz	4%
tvcom	4%
ivio	4%
mixer	4%

Správné rozložení rozpočtu





	Rozpočet		Zásah	
	[tisíce Kč]	[%]	[%]	[tisíce]
Celkem	5 000		77%	2 555
TV	4 000	80%	73%	2 411
Online	1 000	20%	13%	444
youtube	800	80%	10%	319
aktuálně.cz	100	10%	3%	88
novinky.cz	100	10%	2%	72

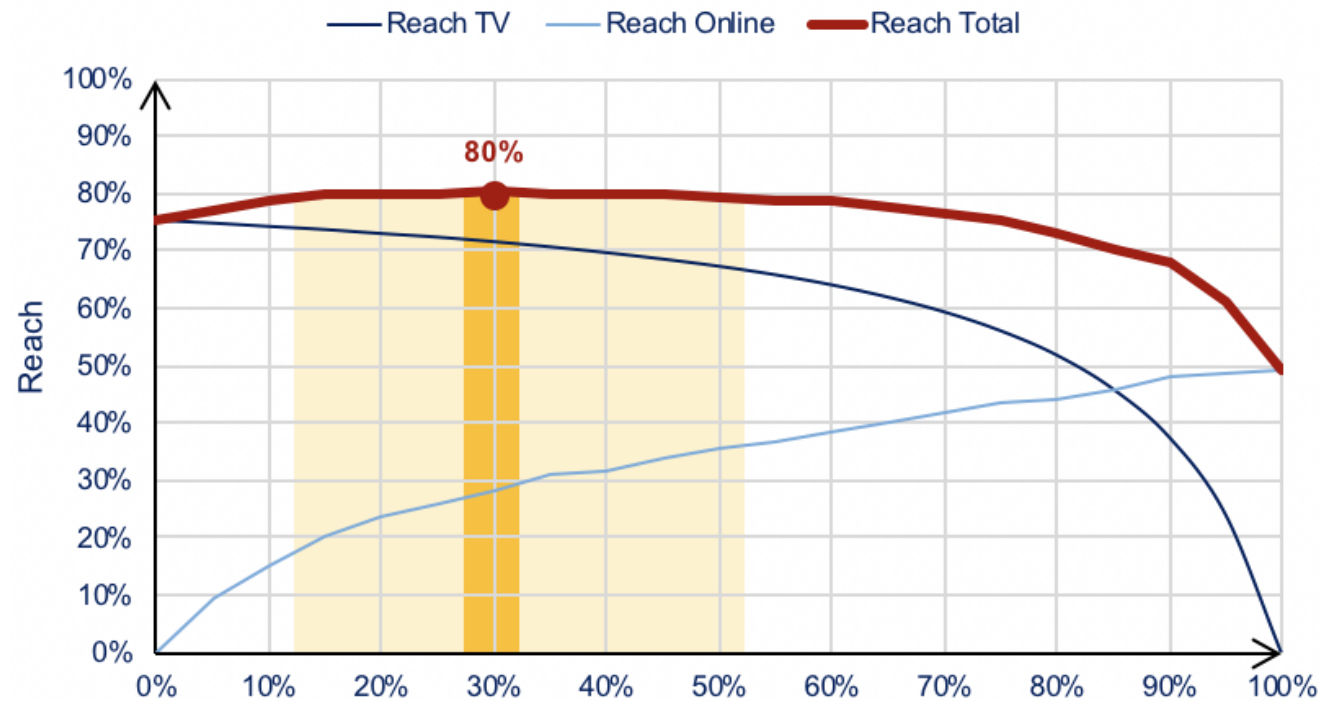
source: Morpheus

1 Nalezení nejvyššího zásahu – online a TV

MAXIMALNÍ CELKOVÝ REACH 1+ **80%**
za rozpočet 5 000 000

Cílová skupina: A 25-45
kost cílové skupiny: 3 297 293

	Rozpočet			Reach	
	[tisíce]	[%]		[%]	[tisíce]
Celkem	5 000			80%	2 650
TV	3 500	70%		72%	2 363
Online	1 500	30%		28%	925



source: Morpheus

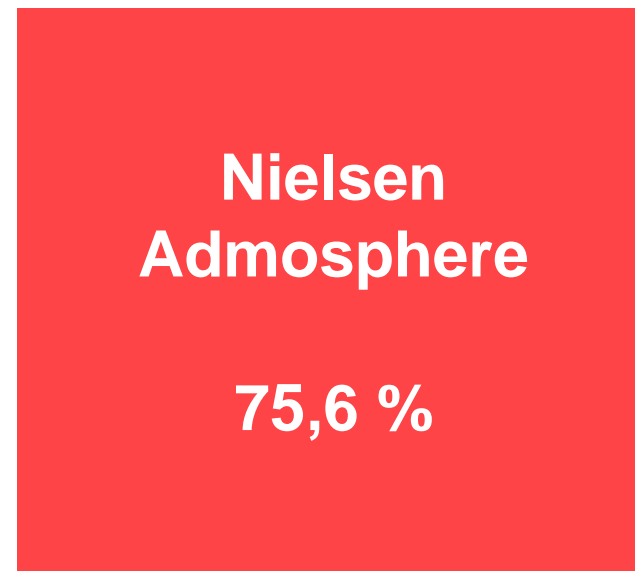
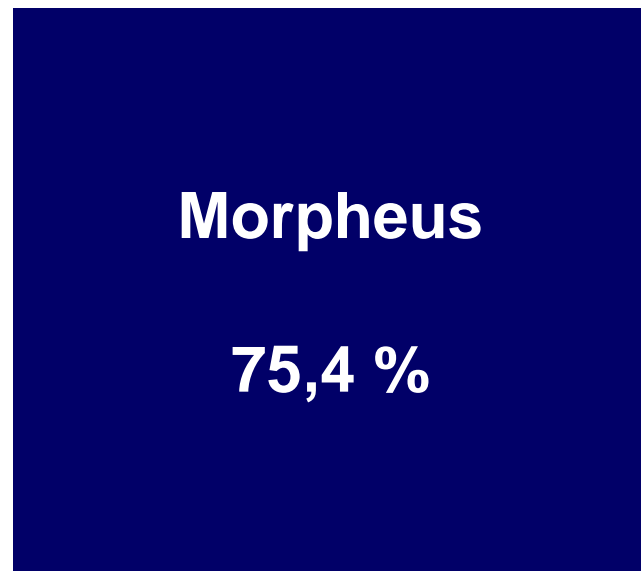
Výsledky kampaně

Cílová skupina	A 25 – 45
Celkový rozpočet	5 000 000,- Kč
Reach	1+
TV Reach (pouze)	75,4 %
Online Reach (pouze)	49,4 %
Kombinovaný Reach	80,4 % (70:30)

Rozpočet k dosažení zásahu
80,4% pouze v TV:

9 904 510,- Kč
(+ 98 %)

Kdo nám to bude věřit?



1 Světlé zítřky online videa?

2



Všimli jste si....?

3

Cílení, cílení, data, data...



Bez správného cílení nebude nic...



Děkuji.