

**zonky.cz**

**VLIV TELEVIZNÍ REKLAMY NA PPC A ZPŮSOBY  
HLEDÁNÍ**

**JIŘÍ STANĚK**

# CO TO JE GRP?

- **Gross Rating Point**
- **Kumulovaná sledovanost v populaci (15+)**
- **Za určité časové období**
- **Může být více jak 100 %**

## **Příklad:**

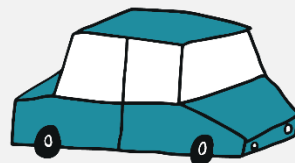
**TV kampaň, která měla dva spoty o sledovanosti 13 % a 12 % v cílové skupině „všichni 15+“, tedy celkem dosáhla 25 GRPů.**



# JAK LIDÉ TUTO REKLAMU HLEDALI?



„lidé půjčují lidem“



„půjčka na karavan“



„zebra půjčka“

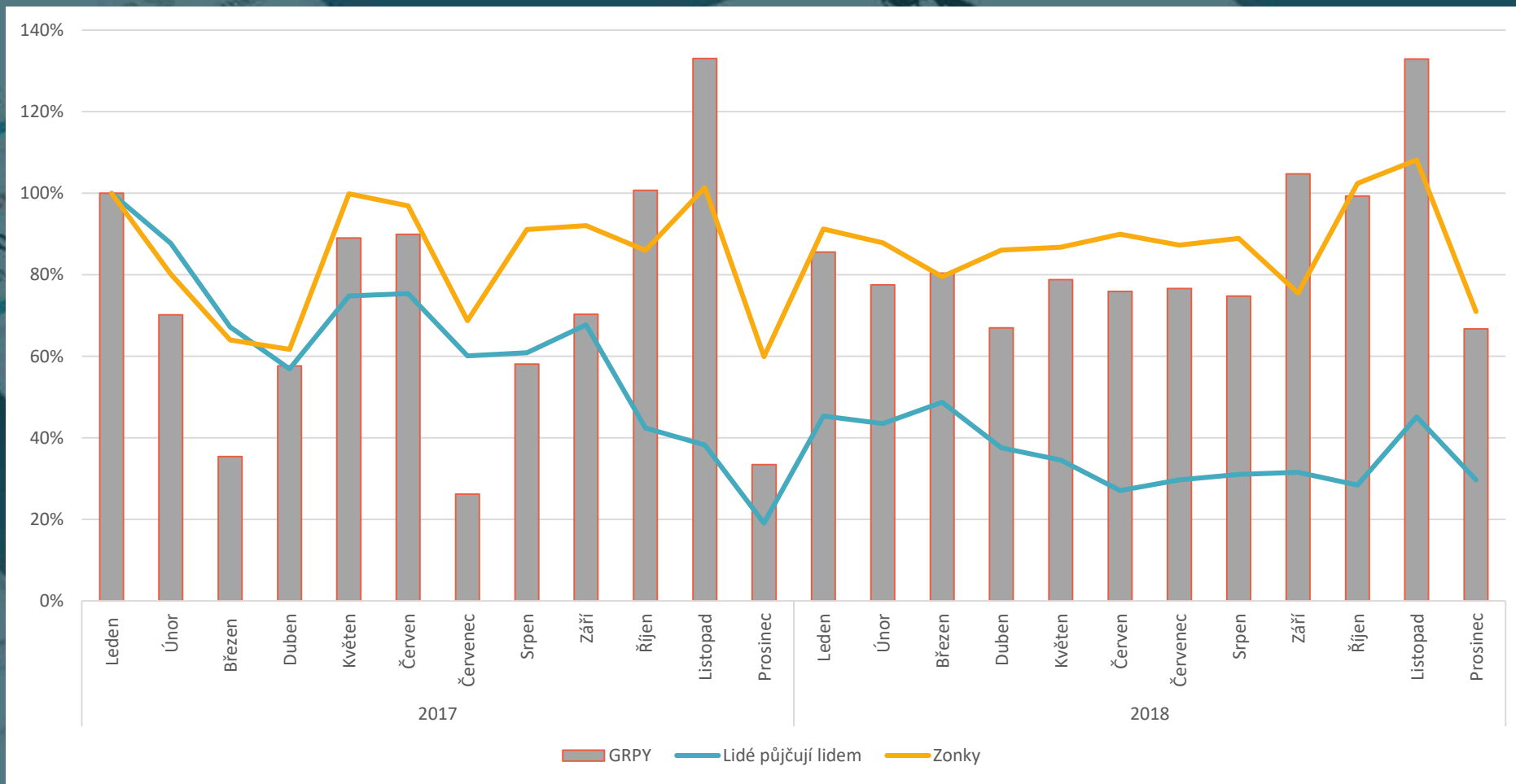


„zvířecí maska půjčka“

# PODLE ČEHO LIDÉ HLEDAJÍ TV REKLAMU

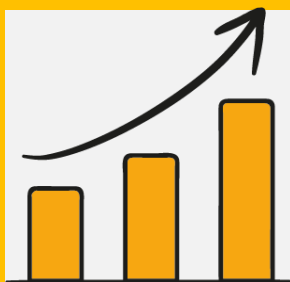
1. Brandu – „Zonky“
2. Podle produktu / služby – „repůjčka“
3. Reklamního sloganu – „lidé půjčují lidem“
4. Co v reklamě vidí – „zebra půjčka“
5. Co v reklamě slyší – „půjčka na karavan“

# HLEDÁNÍ BRANDU PODLE GRPŮ



# O KOLIK ZVÝŠILO 10 GRPŮ HLEDANOST BRANDU?

**Porovnání s týdnem bez TV reklamy**



**V průměru o 7 %**

**Porovnání s měsícem  
nejnižším počtem GRPů**



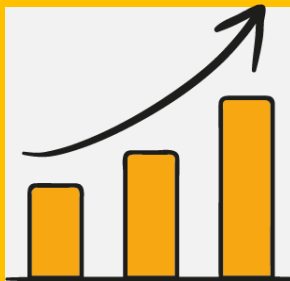
**V průměru o 11 %**

**SOUHRNNÁ DATA ZA ROK 2017 A 2018**

# O KOLIK ZVÝŠIL 1 GRP CTR U BRANDU?

**Dotaz [zonky]**

**Dotaz [lidé půjčují lidem]**



**Žádný vliv na CTR**



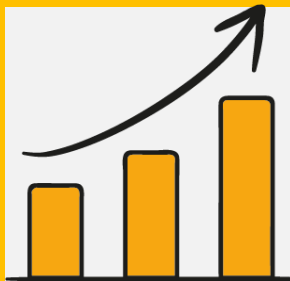
**Žádný vliv na CTR**

**SOUHRNNÁ DATA ZA ROK 2017 A 2018**

# JAKÝ MÁ VLIV POČET GRPŮ NA CTR U NON-BRANDU?

**Dotaz [půjčka online]**

**Dotaz [půjčky online]**



**Má vliv, ale ve srovnání s  $\emptyset$  pozicí velmi malý**

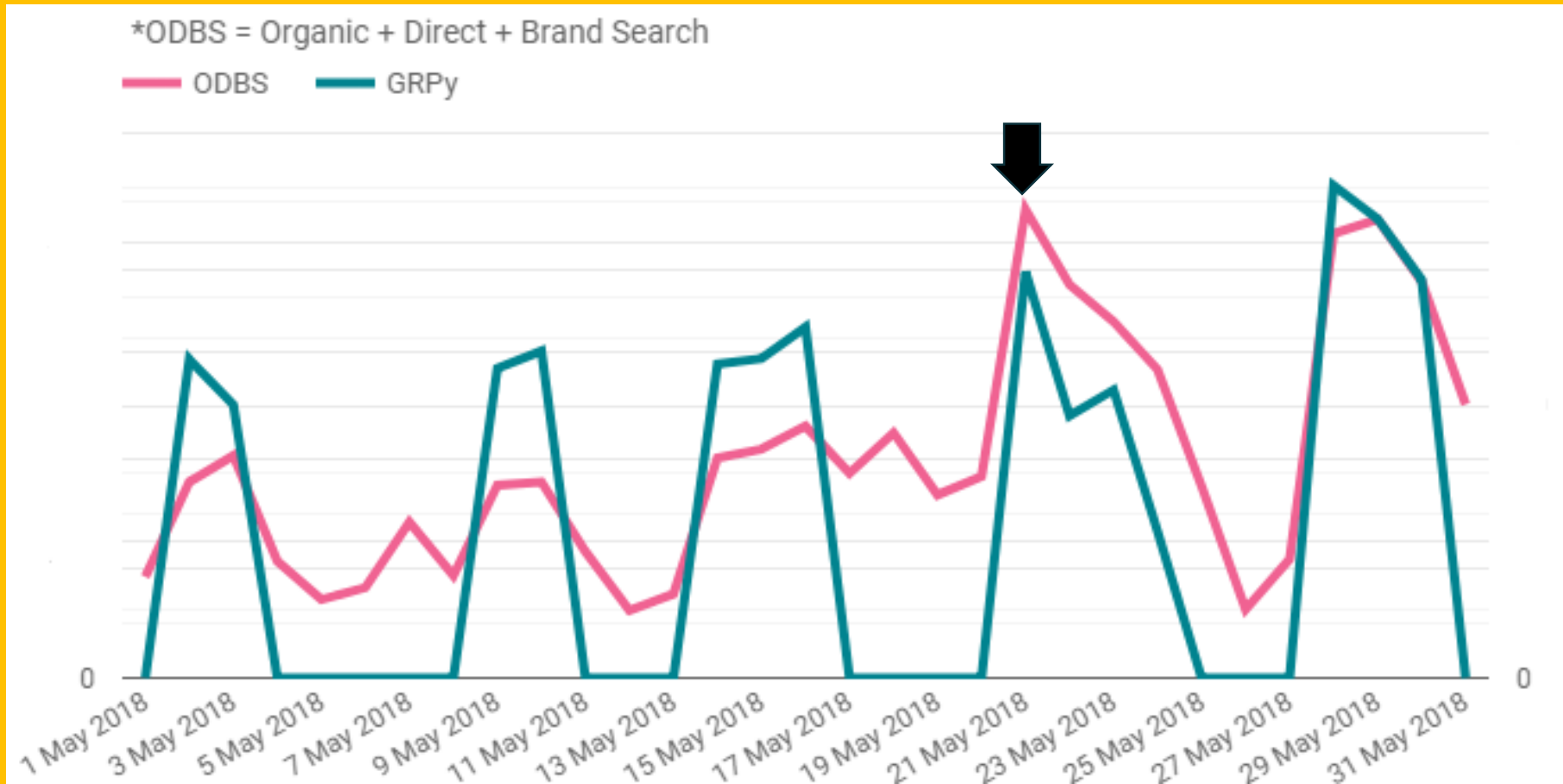


**Má vliv, ale ve srovnání s  $\emptyset$  pozicí velmi malý**

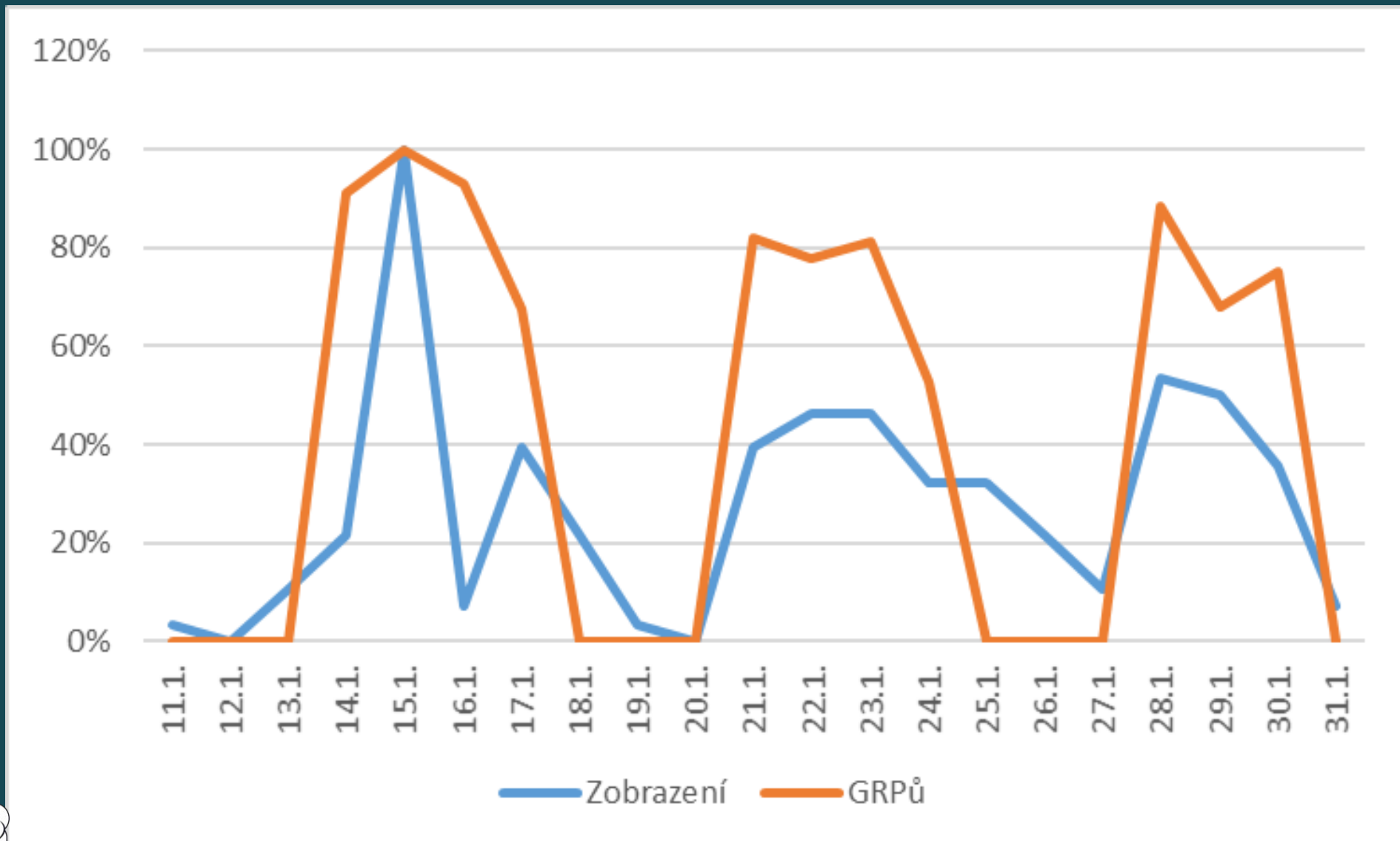
**SOUHRNNÁ DATA ZA ROK 2017**



# NENÍ REKLAMA JAKO REKLAMA



# HLEDÁNÍ DOTAZU „RAKETOVÁ PŮJČKA“ PODLE GRPŮ



# JAK SE PŘIPRAVIT NA SPUŠTĚNÍ TV REKLAMY?

1. Reklamu si několikrát pustíme
2. Zamyslíme se, jak by ji mohli uživatelé vyhledávat
3. Vytvoříme nové kampaně / sestavy
4. Upravíme podle TV reklamy stávající inzeráty / bannery
5. Připravíme si budget
6. Čekáme



DOTAZY?



**DĚKUJI ZA POZORNOST**

