

# strategie

První týdeník o médiích, reklamě a marketingové komunikaci ■ Založeno 1993



## ABYSTE NESKONČILI NA ULICI

**ŠÉF JOBS.CZ LIBOR MALÝ  
SHÁNÍ PRÁCI TISÍCŮM LIDÍ.  
V ČEM TKVÍ MARKETINGOVÉ  
KOUZLO BUDDHISTICKY  
LADĚNÉHO SELFMADEMANA**



**Záhada soutěže  
Aquily  
Kdo koho na webu  
podvedl?**

4



**Reportáž z festivalu  
v Cannes  
Češi bohužel  
nebojovali**

20



**Časopis pro  
cílovou skupinu  
Monocle se s  
kulturní zále**

16

## pod lupou

# Videoservery: regulace a návštěvnost

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání na svém 13. zasedání zapsala do evidence první větší skupinu poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, kteří se museli ohlásit kvůli nové regulaci části internetového videa.

RRTV totiž bude nově regulovat i některé internetové videoservery. Z těch známějších byl nyní do evidence zařazen například server Stream.cz. Jeho ředitel mimochodem nedávno poukázal na nerovné podmínky, protože Stream.cz bude RRTV regulovat, ale třeba YouTube už nikoli.

Dále je do evidence nově zapsána třeba také videosekce zpravodajského serveru iDnes, filmotéka HBO On Demand nebo server Našetelevize.cz.

SPiR rovněž zveřejnil první výsledky měření návštěvnosti multimediálních projektů (dočtete se ve zprávě na str. 6). Do měření jsou zapojeny Stream, iDnes.cz, Nova.cz, Novinky.cz, Česká televize a Geewa.cz. Právě kvůli poslednímu subjektu hovoříme o multimediálním obsahu, protože na rozdíl od těch ostatních Geewa nevytváří a neprezentuje obsah ve formě videa, ale zabývá se online flashovými hrami.

V počtu unikátních uživatelů je na prvním místě Stream.cz s 1,4 milionu uživatelů, na druhém místě je Nova.cz. Zajímavý, když opět ne příliš překvapivý je fakt, že na serveru Nova.cz tráví uživatelé průměrně více času (mají více přehraných minut) než na Streamu. Nova nabízí totiž víc delších videí. A co tato čísla znamenají ve srovnání s televizemi?

Situaci okolo videa na českém internetu shrnul na nedávné konferenci IAC 2010 Tomáš Řehák z OMD. Podle jeho hrubého odhadu vyprodukuje tuzemské online video za měsíc 12 tisíc GRP, pro srovnání TV Nova až 70 tisíc, TV Prima něco kolem 25 tisíc...

# LUPA

Pro Strategii připravila Lupa.cz

## Prazdroj investuje do CSR

Plzeňský Prazdroj v uplynulém roce pokračoval ve společensky odpovědném přístupu. V regionech, v nichž působí, vynaložil přes 24 milionů korun na ochranu životního prostředí a společensky prospěšné projekty přes 17 milionů korun.

## Z agentury ADV je Ritual

ADV Production se po deseti letech na trhu rozrostla tak, že dnes již nabízí komplexní marketingové služby (kreativa, strategie, kampaně, pro-

dukce). Z tohoto důvodu agentura vytvořila i nové webové stránky, které jsou nyní na Ritualni.cz. Název Ritual má podle firmy vycházet z myšlenky „skutečného emočního propojení“.

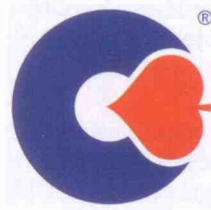
## Starbucks v novém designu

Řetězec Starbucks otevírá v červenci na Václavském náměstí novou pobočku v originálním retrodesignu, jenž se nechal inspirovat historicky první prodejnou Starbucks v Seattlu na náměstí Pike Place.

# Častěji kupujeme české výrobky

Některým firmám se propagace českých produktů vyplácí. Prodeji má pomoci i logo Český výrobek.

**PROPAGACE:** Podobné závěry vyplynuly z konference na téma Marketing českých firem, kterou organizovala společnost Český výrobek a Czech Marketing Group. Rostoucí zájem spotřebitelů o české výrobky potvrzují i výsledky výzkumu společnosti Median, která dlouhodobě sleduje zájem zákazníků o české výrobky. Podle průzkumu je podíl osob, které vždy dávají přednost českým výrobkům, poměrně stabilní a pohybuje se mezi 42 až 45 procenty. V posledním dostupném období IV. Q. 2009 – I. Q. 2010 roste, podíl dosáhl počtu 45,2 procenta. Podle ředitele čerstvých potravin Tesco Marka Doležala je v době krize patrný posun zákazníků k českým značkám. U některých kategorií, prezentovaných na příkladu čerstvého



ČESKÝ VÝROBEK

chleba, je tento zájem tak velký, že může vést ke ztrátě zákazníka, pokud tento nenalezne žádaný oblíbený produkt v nabídce. Větší důraz na původ výrobku potvrdily na konferenci i další přednášející jako Zdeněk

Kašparec z firmy Pramos nebo Miroslav Mráz ze společnosti Barvy a laky Hostivař.

Firmy se proto snaží o větší popularizaci a medializaci českých výrobků. Jednou z akcí je vyhlášení měsíce října měsícem českého zboží. „Abychom podpořili zájem a povědomí o českých výrobcích a zvýšili jejich prodej, vyhlásili jsme měsíc říjen měsícem českých výrobků, který naši partneři mohou podpořit speciálními akcemi a slevami,“ řekl Leo Kolečkář za společnost Český výrobek. (kam)

## Výzkum STEM/MARK

### Dovolenou vybíráme podle internetu a katalogu

Letní prázdniny se blíží, a tak jsme se v našem internetovém výzkumu zaměřili na to, jakým způsobem si objednáme dovolenou v zahraničí.

Třetina dotázaných uvedla, že na zahraniční dovolené vůbec nejedí. Jde především o lidi s nižším dosaženým vzděláním. 61 procent respondentů uvedlo, že objednávají dovolenou v zahraničí podle nabídky na internetu nebo katalogu cestovní kanceláře. Většinou si tak vybírají lidé s vyšším vzděláním. Pětina dotázaných si objedná zahraniční dovolenou na základě doporučení známých. V této skupině jsou zastoupeni především mladí lidé ve věku 15–29 let a lidé s VŠ vzděláním. Tři procenta jezdí na stále stejné místo a zbytek si zařizuje dovolenou jinými způsoby – jde především o cestování „na vlastní pěst“, kdy si lidé sami sestaví trasu dovolené.

STEM MARK  
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Jakým způsobem objednáte zahraniční dovolenou?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n = 741



ZDROJ: STEM/MARK, Internetové dotazování, červen 2010

Výzkum byl proveden na online panelu prostřednictvím internetového dotazování na vzorku 741 respondentů. Za pomoci kvótního a náhodného výběru respondentů reprezentuje výsledný soubor obecnou populaci ve věku 15–59 let s připojením na internet.