

TOP 10 TELEVIZNÍCH SPOTŮ PODLE CELKOVÉHO SKÓRE – známost, líbivost, asociace na značku

TV spot	Agentura	Zadavatel
1. McDonald's Kuřeční román	DDB	McDonald's ČR
2. Jihlavanka	RMG: Connect Mather Member	Tchibo Praha
3. Toyota Auris	Mark/BBDO	Toyota Motor Czech
4. KFC Fiesta Qurrito	RedB	American Restaurants
5. Kubik	nepotvrzeno	Maspex Czech
6. Raiffeisen Bank eKonto	Leo Burnett Advertising	Raiffeisen Bank
7. Provident Vic než jen půjčka	DDB	Provident Financial
8. Dobrá voda	MPG Milano	HBSW
9. Gervais	Istropolitana	BEL Sýry Česko
10. Česká pojišťovna Pojištění mot. vozidel	Mather Communications	Česká pojišťovna



NEJLEPŠÍ TELEVIZNÍ SPOTY ZA JEDNOTLIVÉ IMAGE GROUP

Oslovení	Informativnost	Srozumitelnost
Jihlavanka	Centrum	Kubik
Originalita	Agresivita	Pobídka ke koupi
McDonald's Kuřeční román	Provident Vic než jen půjčka	Gervais
Modernost	Sympatičnost	Nápadnost
Gorenje	Jihlavanka	Toyota Auris

Sujet Focus je standardizovaný instrument ocenění TV a Print reklamy, který ukazuje známost, atraktivitu, image a především prosazení reklamy v konkurenčním poli. Pravidelnost a striktní dodržování kritérií pro Sujet Focus zaručuje možnost porovnání reklam ve všech zmíněných faktorech, což v konečné fázi ukazuje konkurence-

schopnost a efektivitu každé jednotlivé reklamy. Tímto je zaveden instrument umožňující hodnocení reklamy, který také umožňuje porovnání výsledků dle segmentů. Na základě stejné metodiky je možné srovnání reklamních aktivit v různých médiích.

Zdroj: Focus CZ Marketing and IT Research

NÁZOR

Rozum do kapsy

Dneska vám prozradím, jak udělat dobrý televizní spot:
 Udělejte spot, který má tak silné oslovení jako Jihlavanka. Ale s originálním nápadem jako Kuřeční román od McDonald's. Snažte se přitom být tak moderní jako Gorenje. Informace by měly být sděleny na úrovni spotu Centrum. Také je důležité, aby skriptu nechyběla agresivita, jakou najdete v reklamě na půjčku Provident. Ale opatrně!!! Agresivita ano, ale jenom v takové míře, že neztratíte sympatičnost, kterou najdete u Jihlavanky. Aby byl spot při tom všem ještě srozumitelný, držte se stylem reklamy pro Kubik. Alfou a omegou všeho ale je samozřejmě pobídka ke koupi, u které se našťásti můžete držet reklamy pro Gervais. Aby to drželo pohromadě, nezapomeňte na nějaký nápad – příklad si vezměte ze spotu Toyota Auris.
 Tímto způsobem byste měli být schopni prolomit magickou hranici – index 100 bodů na tabulce v hodnocení – a udělat spot, o kterém se každý baví a který dosáhne všech komunikačních cílů. Ano. Mohl by to být spot, který by byl nadprůměrný. Bohužel se většina zmíněných spotů pohybuje okolo magického krutého indexu 100 bodů = průměr.



McDonald's



Jihlavanka



Toyota



Philip Pěč,
 Executive Creative
 Director,
 Managing Partner
 Malá agentura