

Media



Médiá zohrávajú vo výskumoch dvojakú úlohu: raz je to prostriedok, ktorý pomáha na trh uviesť novú značku a následne monitoruje jej postavenie a sleduje spokojnosť zákazníkov; inokedy sa médiá stávajú dôležité pre stratégiu marketingovej komunikácie. Tím výskumníkov a konzultantov na mediálnom trhu vie, že obe úlohy, ktoré médiá zohrávajú, sa v praxi nedajú od seba oddeliť. Mediálny trh preto predstavuje vo výskumoch obzvlášť zaujímavú oblasť.

Sektor Custom Media sa špecializuje hlavne na oblasť ad-hoc výskumov pre rôzne typy médií v celom rozsahu poskytovaných služieb, aj ako doplňujúce informácie popri meraní sledovanosti pre televízne médiá.

Realizuje tiež pre-testy a post-testy reklamných kampaní, znalosti značiek, či štúdiové testy podľa požiadaviek a potrieb klientov.

Na zhodnotenie efektívnosti sponzoringu bol prostredníctvom merania viditeľnosti firemného loga v médiách vyvinutý jednoduchý, ale zároveň unikátny nástroj.

S využitím štandardizovaných nástrojov siete TNS je klientom poskytovaný komplexný prehľad o správaní sa jedincov v pozícii spotrebiteľa médií.

Custom Media definuje správnosť parametrov pri tvorbe štruktúr jednotlivých médií s prínosom názorových riešení a návrhov efektívnej skladby a tiež napomáha k identifikácii a rozhodovaniu pri výbere a vhodnosti voľby obsahovej stránky médií určenej pre spotrebiteľa.

Medzi klientov, ktorí už majú skúsenosti s marketingovým výskumom, patria:

- televízne stanice
- rozhlasové stanice
- noviny a časopisy
- outdoorové spoločnosti

- kiná
- vydavateľstvá

Ponúkané služby

Medzi typické štúdie tohto sektora patria:

- popis a meranie trhu
 - mapovanie zvyklostí zákazníkov a ich potrieb
 - znalosť a sledovanie / počúvanie jednotlivých programov
 - postoje divákov / poslucháčov / čitateľov
- stakeholder management
 - spokojnosť a lojalita divákov / poslucháčov
 - spokojnosť a motivácia zamestnancov
 - štúdie firemnej kultúry
- optimalizácia programovej ponuky
 - testovanie nových konceptov
 - optimalizácia vysielaných programov
- imidž & pozicioning značky
 - imidž značky
 - pozicioning
 - určenie cieľovej skupiny divákov a atraktívneho konceptu nového programu
- hodnotenie konceptov reklamných brejkov
 - testovanie v štádiu vývoja aj po skončení kampane

Neustále vylepšujeme naše komplexné portfólio techník a objavovaní nových partnerstiev pre rozvoj priekopníckych riešení pre klientov.

Niektoré z riešení, ktoré nás odlišujú, sú napríklad:

- možnosť prepojenia dát z prieskumov s webovými analýzami
- vlastné online panely určené na maximalizáciu zapojenia respondentov
- inovatívne kvalitatívne techniky

Sektor Custom Media je od polovice roka 2010 súčasťou siete Kantar Media. Využíva skúsenosti a nástroje, ktoré sú implementované z medzinárodnej siete TNS. Skúsenosti z iných krajín aplikuje aj do svojich projektov

Medzi aktuálne prieskumy, ktoré sektor Custom Media v súčasnosti na Slovensku ponúka, patria OOH Monitoring alebo Sponsorship Media Value.

OOH Monitoring

OOH Monitoring predstavuje jednotný nástroj na plánovanie a optimalizáciu outdoorových kampaní. Je určený predovšetkým majiteľom plôch vonkajšej reklamy a mediálnym agentúram, ktorým umožní zjednodušiť a zefektívniť celý proces plánovania a vyhodnocovania kampaní.

OOH Monitoring odpovedá na to, kde sa nachádzajú všetky reklamné panely; ako ľudia vidia tieto panely a kde, kedy a ako sa ľudia pohybujú.

Sponsorship Media Value

Model Sponsorship Media Value je vytvorený pre analýzu médií a meranie mediálnej hodnoty značiek, ktoré sa objavujú naprieč celým spektrom médií.

Využíva sa hlavne pri veľkých projektoch o sponzoringových eventoch v spojení s kľúčovými sponzormi. V našich podmienkach sa zameriava hlavne na športový sponzoring, ale tiež napríklad na sponzoring hudobných festivalov