

UPORABA PRIKLICA KOT ORODJA ZA OPTIMIZACIJO PLANIRANJA AKCIJ

Jože Kovač, direktor raziskav in analiz
Metropolis Media d.o.o.

s prvo serijsko električno zlozljivo stekleno streho na svetul



MERJENJE UČINKOVITOSTI PLAKATNE AKCIJE

- Pričakovani priklic je dobljen na osnovi **več kot 150 predhodnih raziskav.**
- Je priklic, ki ga lahko pričakujemo glede na **število plakatov in čas trajanja** oglasne akcije.
- Rezultat je izražen v % in predstavlja delež vseh vprašanih v starosti med 10 in 75 let, **ki so prepoznali plakat po opisu.**
- **1%** predstavlja približno **17.000** ljudi.



PRIMER PLANIRANJA OGLASNE AKCIJE ZA KURILNO OLJE



Metropolis Media

METROPOLIS

MEDIA BRIEF

- **Strategija, taktika in cilj oglasne akcije?**
- **Kdo je ciljna publika?**
- **Ozemlje**, ki ga je potrebno pokriti z oglasno akcijo.
- Medijski **mix ZUNANJIH MEDIJEV.**



NAČRTOVANJE AKCIJE

MediaPlan - [Podatki o površinah]

Površina Planiranje kampanj Poizvedba/Izpis Nastavitve Okno Pomoč (F1)

Površine Kampanje Izpis Iskanje Izbrisi Pomoč

Vnos in priprava podatkov o površinah

Row: 14 of 14

Išči Obrazec

Osnovni podatki

Številka površine: 14

Datum postavitve: 01.01.2004

Lastnosti površine

Kategorija: A Smer: IZ CENTRA

Tip: ENOSTRANSKI Opis lokacije: CENTER ME

Stran: DESNA Orientacija: POŠEVNO N

Vnos podatkov o lokaciji

Izberi kraj: KRANJ Regija: 003

Koordinata X: 111000 Čas kontakta: 2.4

Koordinata Y: 200000 Število vozil: 1200

Lastnik površine: NLB Lastnik zemljišča: TELEKOM

Opomba: Površina je v zelo dobrem stanju.

METROPOLIS

0.1 :: Predstavitev ::
0.2 :: Izdelki in storitve ::
0.3 :: Cenik ::
0.4 :: Raziskave ::
0.5 :: Zemljevidi ::
0.6 :: Fotokatalog ::
0.7 :: Kontakt ::

:: Zemljevidi ::

- LIUBLJANA
- MARIBOR
- SELJE
- KRANJ
- KOPER
- NOVO MESTO
- NOVA GORICA
- DOMŽALE
- TRZIN
- JESENICE**
- KOČEVJE
- MURSKA SOBOTA
- PORTOROŽ - LUCMA
- VELENJE
- BREŽICE
- PTUJ
- POSTOJNA

Digitalna mapa Jesenice - Microsoft Internet Explorer

Situacija površine:

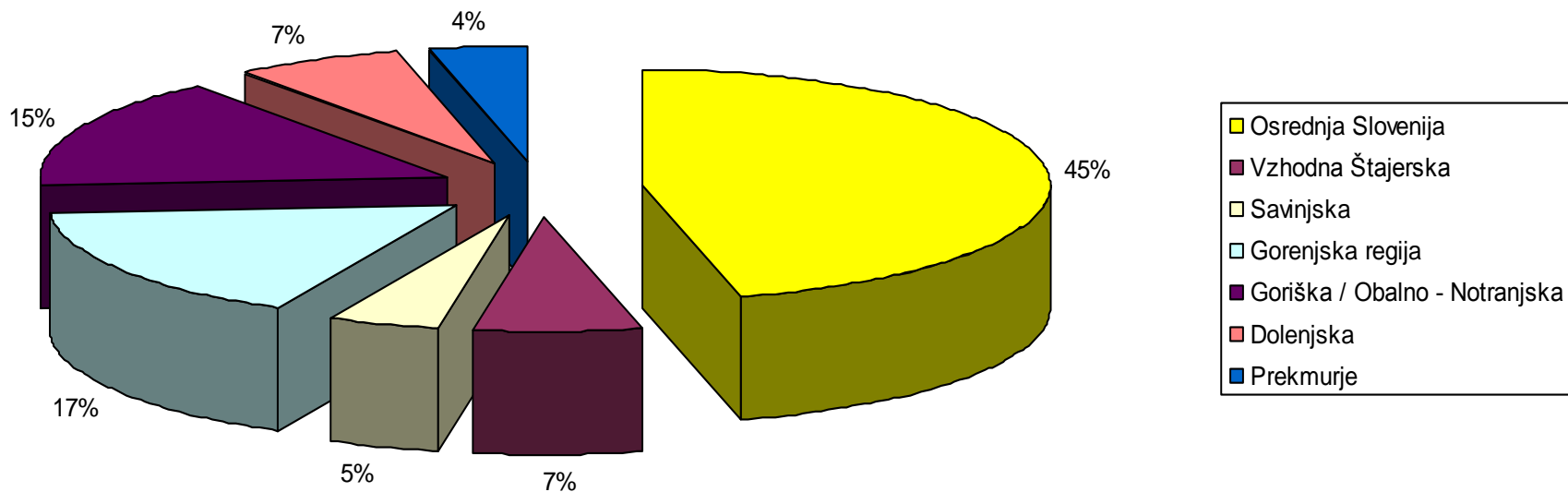
OBJEKT
A ŠOLA

SKUPINA

TI

REGIJSKA RAZDELITEV POVRŠIN – AKCIJA SEPTEMBER

Regijska razdelitev plakatnih mest akcije KURILNO OLJE - september





RENAULT MEGANE COUPE CABRIOLET

Opazuj.

IZMERJENI REZULTATI SEPTEMBERSKE AKCIJE



Novi Mégane Coupé Cabriolet -
s prvo serijsko električno zložljivo stekleno streho na svetul



KURILNO OLJE

1.9. – 30.9.2003

priklic po skupinah

ekstra lahko
kurilno olje

24 ur na dan
080 2332

OMV ISTRABENZ

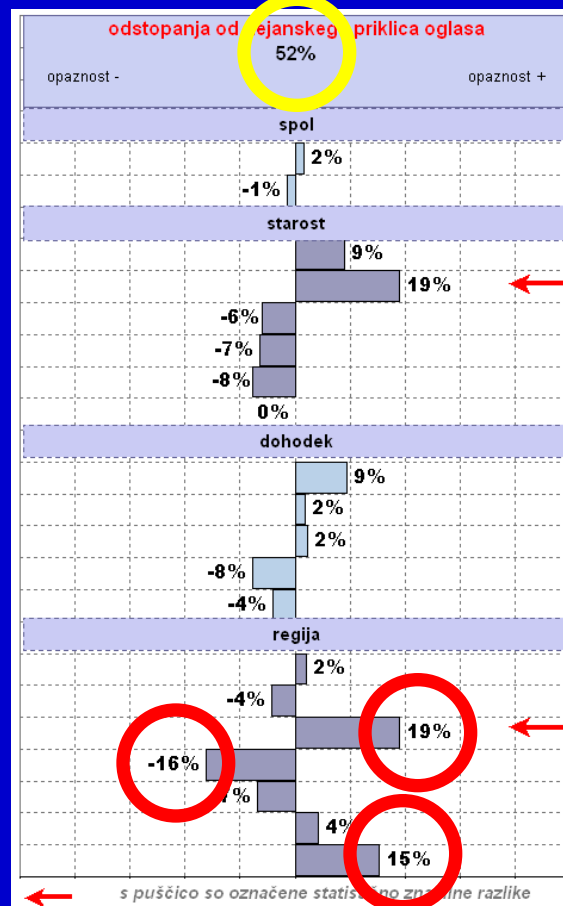
Prikaz: vrstični odstoki

	priklic paketa po opisu -OMV Istrabenz				
	n=	s%	da, opazil	ne, ni opazil/ ne vem	sig.hk
spol	301	100	52.6	47.3	,60
moški	143	47.4	54.1	45.8	
ženske	158	52.5	51.1	48.8	
starost	299	100	52.6	47.3	,04
10 do 17 let	38	12.7	61.7	38.2	
18 do 27 let	47	15.5	71.6	28.3	
28 do 35 let	34	11.4	46.6	53.3	
36 do 49 let	80	26.9	46	53.9	
50 do 65 let	63	21	44.7	55.2	
66 do 75 let	37	12.2	52.7	47.2	
dohodek	248	100	51.9	48	,72
brez dohodkov	9	3.4	61.9	38	
do 70.000 sit	37	14.7	54.4	45.5	
nad 70.000 do 140.000 sit	118	47.6	54.7	45.2	
nad 140.000 do 210.000 sit	60	24.2	44.9	55	
nad 210.000 sit	24	9.8	48.6	51.3	
regija	301	100	52.6	47.3	,09
osrednja Slovenija	83	27.6	54.7	45.2	
vzhodno Štajerska	68	22.4	48.4	51.5	
Savinjska	25	8.3	71.6	28.3	
Gorenjska	34	11.3	36.5	63.4	
Goriška / Obalno - Notranjsk	42	13.9	45.7	54.2	
Dolenjska	27	9	56.9	43	
Prekmurje	22	7.3	67.9	32	

CATIDCO

IZVOD: Telefonska anketa, n=301

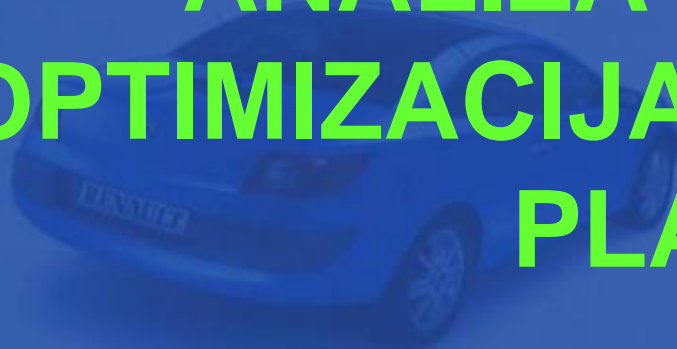
OPOMBA: Barve in šifre v tabeli in grafu: 2 barvami: pozitivne z modro, negativne z rdečo, temnejša kot je barva, večje so razlike



ANALIZA AKCIJE IN OPTIMIZACIJA MEDIJSKEGA PLANA



RENAULT MEGANE COUPE CABRIOLET



Novi Mégane Coupé Cabriolet -
s prvo serijsko električno zložljivo stekleno streho na svetul



ANALIZA AKCIJE

STATISTIČNO ZNAČILNE RAZLIKE



Termin	September
Akcija	Kurilno olje
Spol / +	ni
Spol / -	ni
Starost / +	18 - 27 let
Starost / -	50 – 65 let
Dohodek / +	brez dohodka
Dohodek / -	Od 140.000 do 210.000
Regija / +	Savinjska
Regija / -	Gorenjska



KOREKCIJE V MEDIJSKEM PLANU

Regija	%	Kvaliteta površin
Osrednja Slovenija	↓	≡
Vzhodna Štajerska	↑	≡
Savinjska	↓	↓
Gorenjska regija	!	!
Goriška / Obalno-Notranjska	↑	↑
Dolenjska	≡	↓
Prekmurje	↓	↓

% odstotek površin v posamezni regiji glede na obseg oglasne akcije

Kvaliteta površine glede na kategorizacijo (število potnikov, čas vidnosti)

↑ povečanje števila oziroma kvalitete oglasnih površin

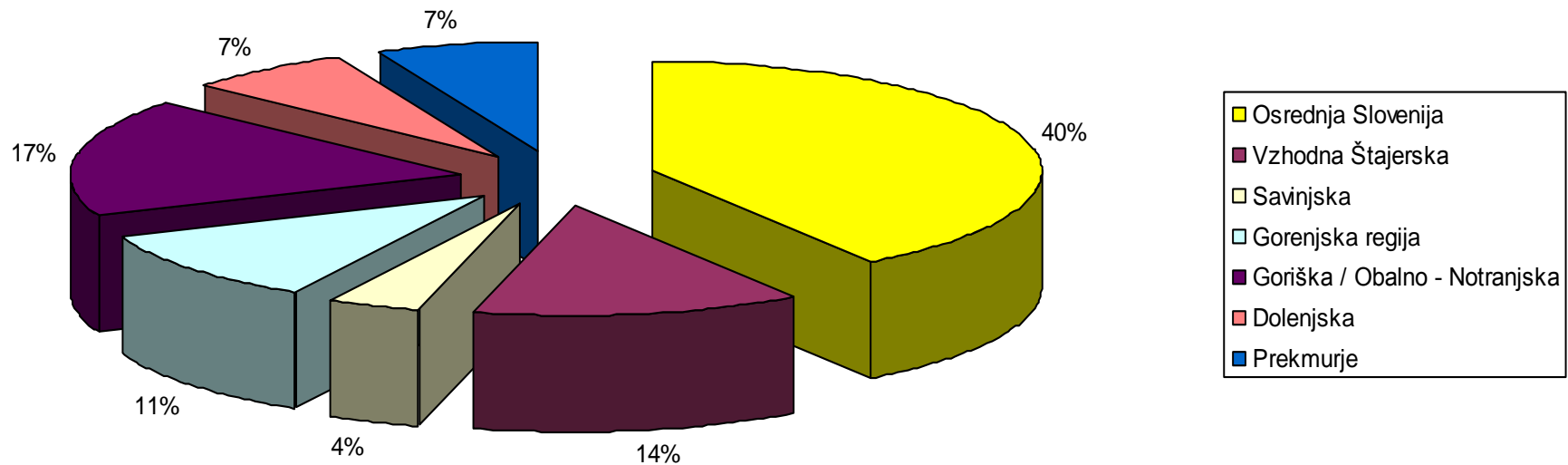
↓ zmanjšanje števila oglasnih površin

≡ nespremenjeno stanje glede na prejšnje rezultate raziskave

! Želja naročnika ne glede na rezultate raziskave

OPTIMIZACIJA POVRŠIN – AKCIJA OKTOBER

Regijska razdelitev plakatnih mest akcije KURILNO OLJE - oktober





RENAULT MEGANE COUPE CABRIOLET

Opazuj.



Novi Mégane Coupé Cabriolet -
s prvo serijsko električno zložljivo stekleno streho na svetul



IZMERJENI REZULTATI OKTOBERSKE AKCIJE

KURILNO OLJE

1.10.-31.10.2003

priklic po skupinah

Pripravljeni na zimo?



kurilno olje 080 2332 24 ur na dan

OMV ISTRABENZ

Prikaz: vrstični odstotki

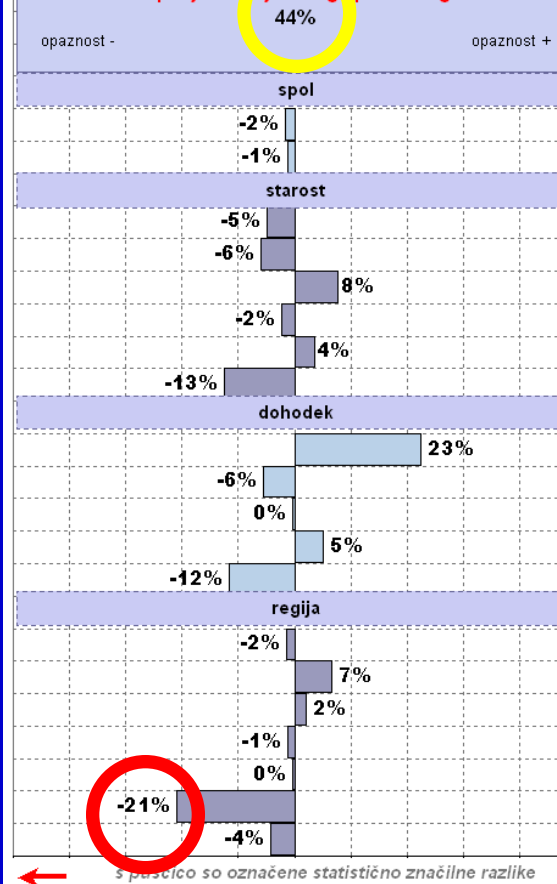
	priklic plakata po opisu - Omv Istrabenz				
	n=	s %	da, opazil	ne, ni opazil / ne vem	sig.hk
spol	346	100	42.7	57.2	,95
moški	183	52.8	42.6	57.3	
ženske	163	47.1	42.9	57	
starost	345	100	42.8	57.1	,38
10 do 17 let	28	8.1	39.2	60.7	
18 do 27 let	55	15.9	38.1	61.8	
28 do 35 let	50	14.4	52	48	
36 do 49 let	81	23.4	41.9	58	
50 do 65 let	90	26	47.7	52.2	
66 do 75 let	41	11.8	31.7	68.2	
dohodek	298	100	42.9	57	,21
brez dohodkov	9	3	66.6	33.3	
do 70.000 sit	57	19.1	38.5	61.4	
nad 70.000 do 140.000 sit	112	37.5	43.7	56.2	
nad 140.000 do 210.000 sit	71	23.8	49.2	50.7	
nad 210.000 sit	49	16.4	32.6	67.3	
regija	346	100	42.7	57.2	,37
osrednja Slovenija	124	35.8	42.7	57.2	
vzhodno Štajerska	59	17	50.8	49.1	
Savinjska	39	11.2	46.1	53.8	
Gorenjska	28	8	42.8	57.1	
Goriška / Obalno - Notranjska	41	11.8	43.9	56	
Dolenjska	30	8.6	23.3	76.6	
Prekmurje	25	7.2	40	60	

CATIDCO

METODA: Telefonska anketa, n=345

OPOMBE: razlike so označene z barvami: pozitivne z modro, negativne z rdečo, temnejša kot je barva, večje so razlike

odstopanja od dejanskega priklica oglasa



ANALIZA IZVEDENIH AKCIJ STATISTIČNO ZNAČILNE RAZLIKE



Termin	September	Oktober
Akcija	Kurilno olje	Kurilno olje
Spol / +	ni	ni
Spol / -	ni	ni
Starost / +	18 - 27 let	28 – 35 let
Starost / -	50 – 65 let	66 – 75 let
Dohodek / +	brez dohodka	brez dohodka
Dohodek / -	Od 140.000 do 210.000	Nad 210.000
Regija / +	Savinjska	Vzhodna Štajerska
Regija / -	Gorenjska	Dolenjska



KOREKCIJE V MEDIJSKEM PLANU

Regija	%	Kvaliteta površin
Osrednja Slovenija	≡	≡
Vzhodna Štajerska	≡	≡
Savinjska	≡	≡
Gorenjska regija	≡	≡
Goriška / Obalno-Notranjska	≡	≡
Dolenjska	↑	↑
Prekmurje	↑	≡

% odstotek površin v posamezni regiji glede na obseg oglasne akcije

Kvaliteta površine glede na kategorizacijo (število potnikov, čas vidnosti)

↑ povečanje števila oziroma kvalitete oglasnih površin

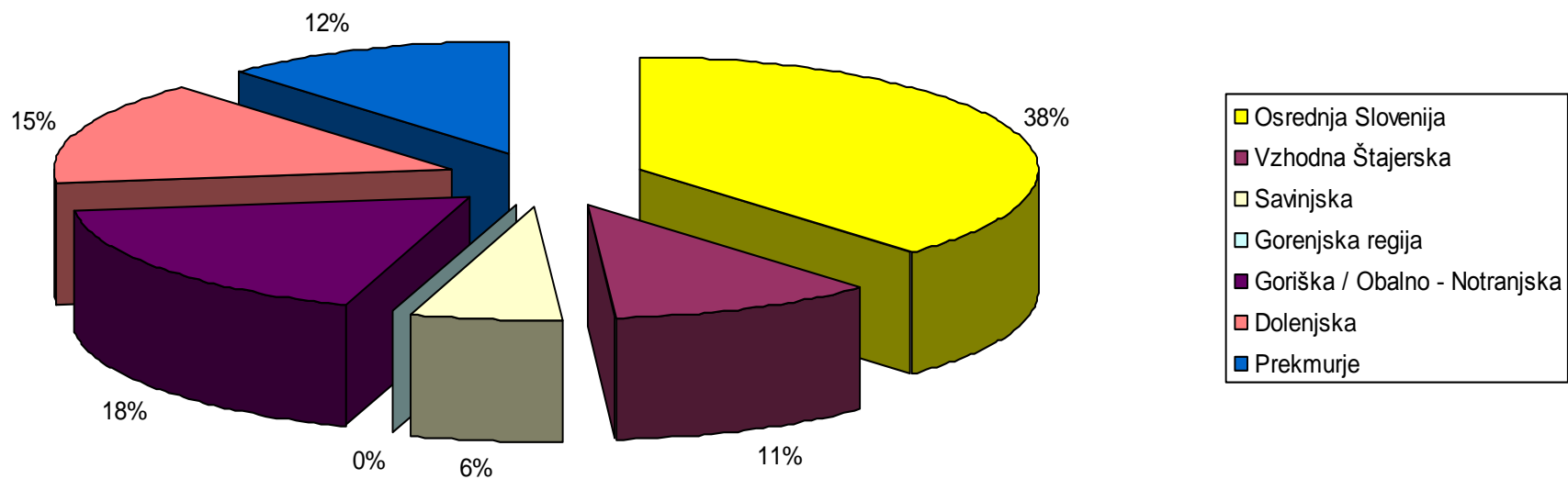
↓ zmanjšanje števila oziroma kvalitete oglasnih površin

≡ nespremenjeno stanje glede na prejšnje rezultate raziskave

! Želja naročnika ne glede na rezultate raziskave

OPTIMIZACIJA POVRŠIN – AKCIJA NOVEMBER

Regijska razdelitev plakatnih mest akcije KURILNO OLJE - november





RENAULT MEGANE COUPE CABRIOLET

Opazuj.



IZMERJENI REZULTATI NOVEMBERSKE AKCIJE

Novi Mégane Coupé Cabriolet -
s prvo serijsko električno zložljivo stekleno streho na svetul



KURILNO OLJE

1.11.-30.11.2003

priklic po skupinah

Želimo vam tople praznike!

OMV ISTRABENZ



24 ur na dan
kurilno olje 080 2332

Prikaz: vrstični odstotki

	priklic plakata po opisu - Omv Istrabenz				
	n=	s %	da, opazil	ne, ni opazil/ ne vem	sig.hk
spol	317	100	48.8	51.1	,11
moški	159	50.2	53.3	46.6	
ženske	158	49.7	44.4	55.5	
starost	317	100	48.8	51.1	,02
10 do 17 let	35	11.1	25.2	74.7	
18 do 27 let	58	18.4	47.9	52	
28 do 35 let	43	13.5	47.1	52.8	
36 do 49 let	68	21.2	58.3	41.6	
50 do 65 let	80	25.2	56.3	43.6	
66 do 75 let	33	10.3	40.7	59.2	
dohodek	259	100	51.8	48.1	,31
brez dohodkov	13	5	45.9	54	
do 70.000 sit	55	21.3	44.9	55	
nad 70.000 do 140.000 sit	114	43.8	58.1	41.8	
nad 140.000 do 210.000 sit	53	20.6	44.1	55.8	
nad 210.000 sit	24	9.1	58.8	41.1	
regija	317	100	48.8	51.1	,69
osrednja Slovenija	98	30.9	44.8	55.1	
vzhodno Štajerska	65	20.4	53	46.9	
Savinjska	42	13.3	57.6	42.3	
Gorenjska	32	9.9	43.4	56.5	
Goriška / Obalno - Notranjska	31	9.7	41.7	58.2	
Dolenjska	27	8.5	48.2	51.7	
Prekmurje	23	7	56.4	43.5	

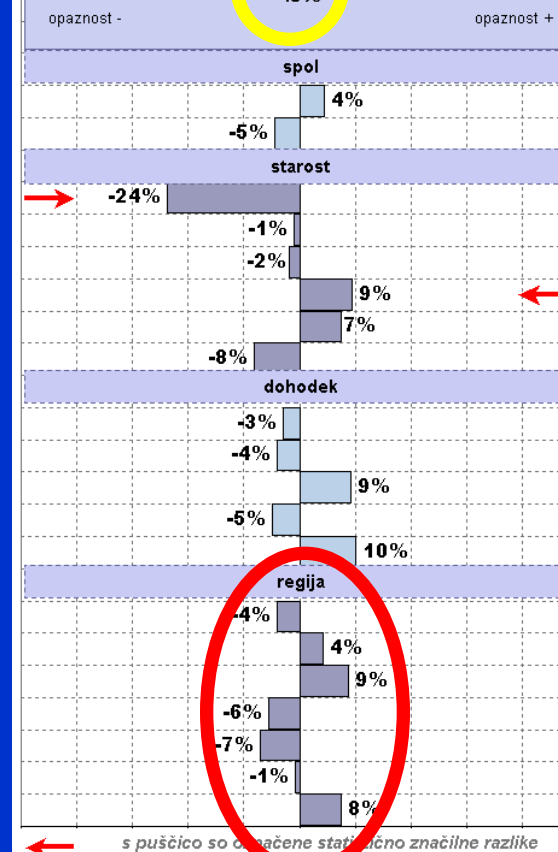
CATIDCO

METODA: Telefonska anketa, n=317

OPOMBE: razlike so označene z barvami: pozitivne z modro, negativne z rdečo, temnejša kot je barva, večje so razlike

odstopanja od dejanskega priklica oglasa

49%



s puščico so označene statistično značilne razlike

ZAKAJ UPORABLJAMO RAZISKAVE PRI NAČRTOVANJU AKCIJ?

- Možnost načrtnega planiranja glede na strategije in cilje oglasne akcije.
- Spremljamo uspešnost izvedenih akcij.
- Evaluacija samega medija in primerljivost z drugimi mediji (TV, Radio, Tisk,...).





RENAULT MEGANE COUPE CABRIOLET

Opazuj.

HVALA ZA VAŠO POZORNOST



Novi Mégane Coupé Cabriolet -
s prvo serijsko električno zložljivo stekleno streho na svetul

