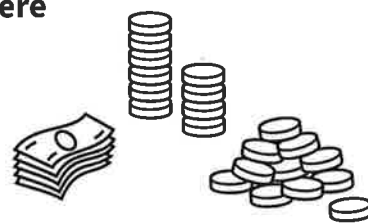


Reklama v segmentu „Peněžní zprostředkování“

Tomáš Hynčica, Business & Research Director, Nielsen Admosphere
Klára Hoffmann, Research Manager, Nielsen Admosphere

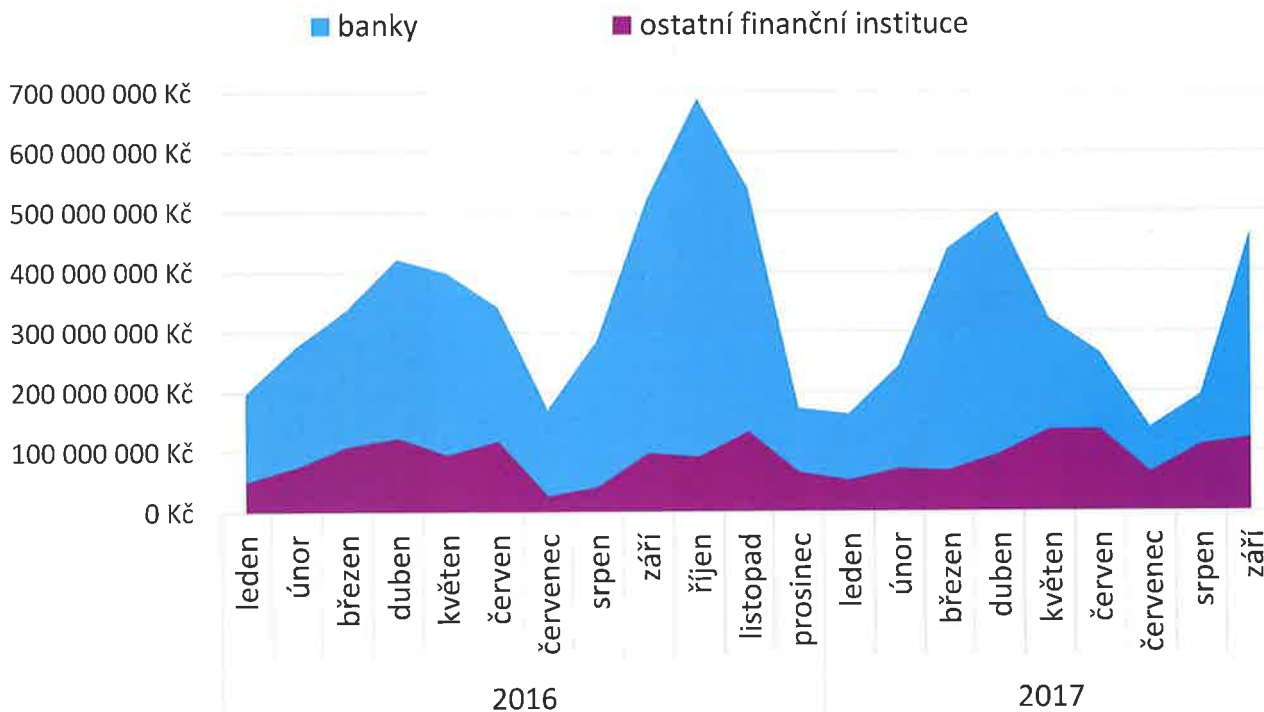
Reklamní trh v oblasti peněžního zprostředkování patří tradičně k těm nejsilnějším inzertním odvětvím. Roční hrubé reklamní investice – monitorované prostřednictvím ceníkových cen reklamního prostoru – zde šplhají výrazně přes hranici 5 miliard korun. Ani letos tomu nebude jinak. Za první tři čtvrtiny roku evidujeme v této oblasti investice ve výši 3,5 miliard korun, přičemž na základě dat z předchozích let očekáváme velmi silný čtvrtý kvartál (graf č. 1).

Dominantním mediatypem je stále televize, do které zadavatelé reklamy alokovali nejvíce finančních prostředků. V období od ledna do září 2017 byla v peněžním zprostředkování v televizi odvysílaná reklama v ceníkové hodnotě přesahující 2,5 miliard korun. Jen spotů jsme mohli v tomto období vidět přes 195 tisíc. Nejvyšší meziroční nárůst investic ale vykazuje internet. Oproti stejnému období loňského roku jsme zaznamenali o pětinu vyšší ceníkové výdaje.



Letošnímu žebříčku TOP 10 zadavatelů prozatím vévodí Air Bank, která navýšila hodnotu využití inzerce téměř o 70 % na stávajících 344 milionů korun. V loňském roce se nejvýše umístila Česká spořitelna, u níž jsme zmonitorovali inzerci v ceníkové hodnotě blížící se 440 milionům korun (graf č. 2).

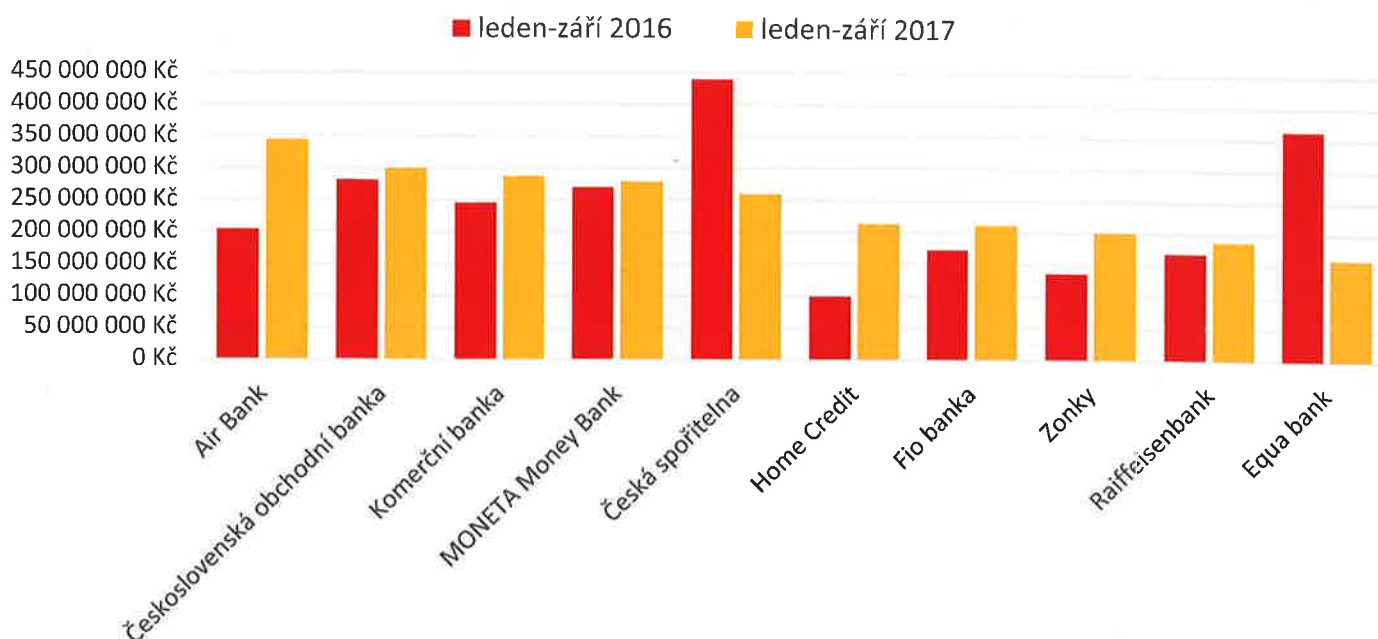
Ceníková hodnota inzerce segmentu „Peněžní zprostředkování“ v letech 2016 a 2017



Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

Graf 1

Ceníková hodnota reklamního prostoru u TOP 10 zadavatelů v segmentu „Peněžní zprostředkování“ v období leden-září 2017



Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

Graf 2

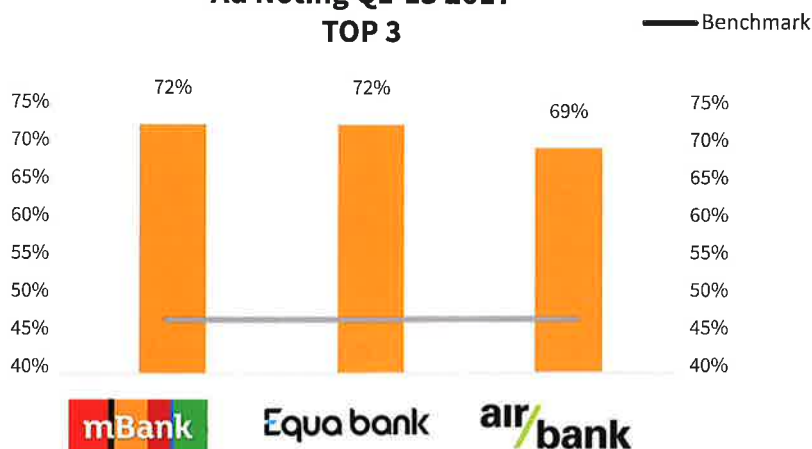
Znalost televizní reklamy zjišťuje bankovní tracking

Podle ceníkové hodnoty byla v prvních devíti měsících tohoto roku nejdražší bankovní televizní reklama od společnosti Moneta Money Bank - Expres půjčka, ve které kromě tradičního kocoura vystupuje s Jiřím Bartoškou i slon. Reklama byla ve vysílání od konce února do května. V bankovním trackingu, který zjišťuje znalost finančních společností a jejich televizní reklamy včetně ohodnocení, tři čtvrtiny z oslovených deklarují, že tento spot zaznamenali. Po prvním odvysílání týdně reklamu vidělo 60 % oslovených respondentů, po posledním týdnu dokonce 82 %.

Ad Noting

V prvních třech kvartálech roku 2017 zaregistrovala česká internetová bankovní populace starší 18 let nejčastěji televizní spoty společností mBank, Equa Bank a Air Bank. Téměř tři čtvrtiny respondentů po přehrání televizní reklamy deklarují, že zaznamenali spoty mBank a Equa Bank. Průměrné zaznamenání televizní bankovní reklamy je v prvních 9 měsících roku 2017 necelých 50 % (graf č. 3).

Ad Noting Q1-13 2017 TOP 3



Ad Noting: Podpořená znalost reklamy. Zdroj: Nielsen Admosphere Bank tracing, N 4159, internetová bankovní populace 18+, ČNP, leden - září 2017

Graf 3

Ad Eval

Nejlépe hodnocenými spoty jsou v období leden až září letošního roku spoty společnosti Air Bank, Moneta Money Bank a Fio banka. V indexu Ad Eval, který hodnotí reklamu z pohledu líbivosti, srozumitelnosti a vhodnosti, získala Air Bank 73 bodů ze 100 možných. Televizní reklamě bankovních společností udělili respondenti v tomto období průměrně 60 bodů (graf č. 4).

telnosti a vhodnosti, získala Air Bank 73 bodů ze 100 možných. Televizní reklamě bankovních společností udělili respondenti v tomto období průměrně 60 bodů (graf č. 4).

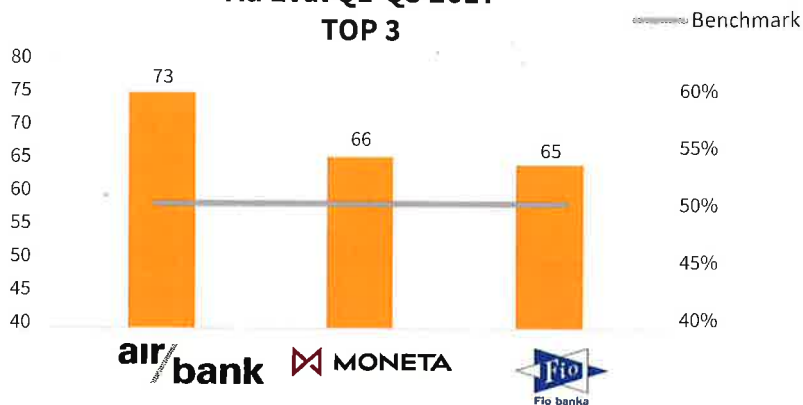
Ad Effect

Bankovní tracking se zaměřuje i na efektivitu reklamy. Z výsledků vyplývá, že k akci nejvíce vyzývá reklama společnosti Air Bank. V indexu Ad Effect, který hodnotí reklamu z pohledu účinnosti (například motivace k vyhledávání si informací, využívání služby či produktu atd.), získala Air Bank v prvních třech kvartálech letošního roku 60 bodů, následuje ji reklama Fio banky a Moneta Money Bank s 53 body (graf č. 5).

Ad Intel je produkt společnosti Nielsen Admosphere (adintel.nielsen-admosphere.cz) monitorující reklamu v České republice napříč celou mediální sférou. Zpracovávána je inzertní z 47 televizních stanic, 476 tiskových médií, 71 rozhlasových stanic a 323 internetových serverů (údaje k 1. listopadu 2017). V rámci mediotypu OOH (out of home - reklama mimo domov) spolupracuje Nielsen Admosphere s 18 poskytovateli reklamního prostoru.

Bankovní tracking je výzkum realizovaný společností Nielsen Admosphere (www.nielsen-admosphere.cz) metodou computer assisted web interviewing (CAWI). Každý týden je prostřednictvím Českého národního panelu (www.ceskynarodnipanel.cz) osloveno 100 respondentů internetové bankovní populace starší 18 let. Každý respondent může být výzkumem znovu osloven nejdříve šest měsíců od posledního dotazování. Struktura vzorku je reprezentativní podle pohlaví, věku, vzdělání, kraje a velikosti místa bydliště. V rámci trackingu je kladen důraz na dvě oblasti: diagnostika reklamy a diagnostika značky.

Ad Eval Q1-Q3 2017 TOP 3

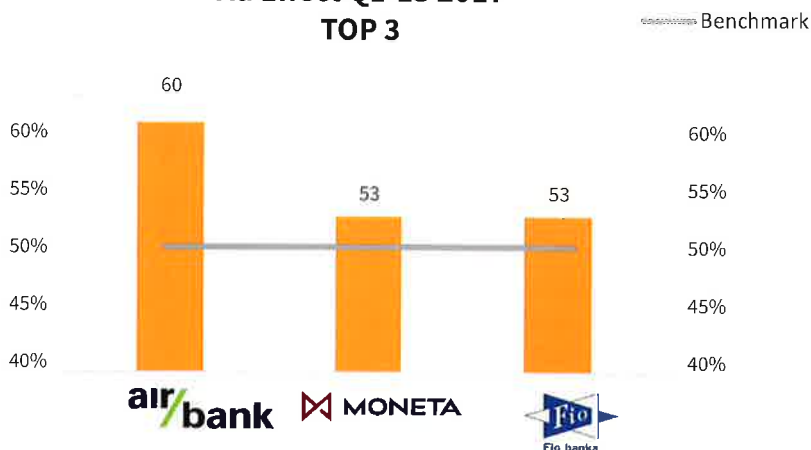


Ad Eval: Hodnocení reklamy z pohledu líbivosti, srozumitelnosti a vhodnosti, maximální hodnota 100.

Zdroj: Nielsen Admosphere Bank tracking, N=4159, Internetová bankovní populace 18+, ČNP, leden-září 2017

Graf 4

Ad Effect Q1-13 2017 TOP 3



Ad Eval: Hodnocení reklamy z pohledu účinnosti (Call-ti-Action), maximální hodnota 100. Zdroj: Nielsen Admosphere Bank tracking, N=4159, Internetová bankovní populace 18+, ČNP, leden-září 2017

Graf 5

Summary

Financial institutions are among the strongest players on the advertising market. Between January and September 2017, gross investments in this segment reached 3.5 billion CZK. This year Air Bank has led the rankings of the biggest advertisers so far (according to the costs of its advertising space drawn from official price lists). This bank's advertisements are also among the most successful in bank tracking – a survey which shows how advertisements are received by respondents.