

Seznam spustil kontextovou reklamu

Seznam spustil testovací provoz kontextového cílení ve svém systému Sklik. Kontextová reklama je internetová reklama, která zobrazuje sdělení zadavatele v kontextu s obsahem webové stránky. Kontextová reklama se zobrazuje na webových stránkách provozovatelů, kteří uzavřeli smlouvu s poskytovatelem systému pro správu kontextové reklamy. Do 15.7. běží služba všem současným kampaním na Skliku zdarma - v rámci testovacího provozu.

TNS odmítla zvýšenou nabídku od WPP

Britská marketingová výzkumná společnost Taylor Nelson Sofres Plc odmítla vylepšenou nabídku na své převzetí od reklamní společnosti WPP Group. TNS považuje nabídku 1,08 miliardy liber (32,25 miliardy Kč) stále za příliš nízkou. Místo toho dává přednost spojení s německou společností GfK. TNS nedávno ponechala WPP nahlédnout do svého účetnictví. Předtím odmítla již dvě nabídky na převzetí ve výši 2,3 libry a 2,418 libry na akcii. Současná nabídka představuje 2,6 libry na akcii, podle TNS však stále firmu podhodnocuje. TNS je třetí největší marketingovou výzkumnou společností na světě s klienty jako Procter & Gamble a Unilever. GfK patří pátá příčka a mezi jejími zákazníky najdeme firmy Panasonic či Henkel. Spojení obou firem by zvýšilo tlak na jedničku na trhu, kterou je firma AC Nielsen. Marketingový výzkum je stále více důležitý pro firmy, protože jim pomáhá získat co nejvíce informací o jejich klientech a službách, které požadují. Akcionáři TNS by měli hlasovat o spojení s GfK 18. července a investoři německé skupiny o tři dny později. TNS se domnívá, že WPP se svojí nabídkou pouze snaží co nejvíce oddálit dohodu. Generální ředitel WPP Martin Sorrell nekomentoval odmítnutí nabídky TNS.

http://mam.lhned.cz/ck-10000125-25832240-101000_6-tns-odmitla-zvyšenou-nabidku-od-wpp

Web České televize: Až 8 přímých přenosů z LOH Peking 2008 současně

Internetový speciál České televize k letní olympiádě v Pekingu nabídne až 8 online přímých přenosů zároveň, živě vysílání ČT2 a ČT4 SPORT, video zpravodajství, výsledkový servis, blogy redaktorů a další. U příležitosti letních olympijských her Peking 2008 připravuje Česká televize pro sportovní fanoušky řadu skvělých novinek. Vedle dvou olympijských TV programů, hlavního na ČT2 a rozšiřujícího na ČT4 SPORT, připravuje televize veřejné služby navíc také speciální internetové stránky – přílohu zpravodajského portálu www.ct24.cz. Olympijský web ČT bude prvním svého druhu na českém internetu. Návštěvníkům umožní sledovat online nejen živě vysílání ČT2 a ČT4 SPORT, ale navíc až osm dalších přímých přenosů z různých, současně probíhajících klání.

Google spouští svůj virtuální svět

Znáte SecondLife? Google nyní přichází s prvním krokem ke svému virtuálnímu světu (Lively). Více viz. video.

Více na

<http://www.mediaguru.cz/index.php?id=2860>

7/2008 GRP's dodané celkem

Nový pořad k snídani

Ranní vysílání České televize se od září rozšíří na dvě relace: na jedničce zůstane zpravodajský proud, dvojka nově nabídne pásmo s tématy životního stylu. Po patnácti letech Dobrého rána televize namísto jednoho ranního informačního pásma zavede dvě celostátní vydání ranního proudu, odlišně zaměřená. Od pondělí 1. září půjdou souběžně dvě ranní živé relace stejné pro celou republiku, které se mají vzájemně doplňovat. Paralelní vysílání poběží stejně jako dnes od šesti do půl deváté.

Digitální rozhlas: za jedenáct let

Zatímco digitalizace televize by měla v Česku skončit v roce 2012, přechod z analogového na digitální vysílání rozhlasu o sedm let později. „Přechod lze očekávat kolem roku 2019,“ předpokládají poslanci ze sněmovní mediální.

V Británii poprvé vysílali reklamu živě!

Ve čtvrtek večer se britský Channel 4 ve spolupráci se značkou Honda zapsali do dějin ostrovní reklamy. Jako první totiž odvysílali živou (rozuměno živý vstup) reklamu. Reklama přenášela seskok 19ti parašutistů formujících ve volném pádu logo Hondy.



Netradiční zpracování medií a kreativity