

mather MEDIA NEWSLETTER

Říjen 2009 EDITION

Mather Communicatio vítězem kategorie Nejlepší malá kampaň v soutěži FleMedia Awards

Na galavečeru v Corinthia Hotel Prague proběhlo ve středu 15.10. slavnostní vyhlášení výsledků čtvrtého ročníku soutěže FLE media awards (FLEMA), která oceňuje nejlepší mediální kampaně a inovativní využití médií v Česku a na Slovensku. Soutěž vyhláší společnost FLEmedia, mediální poradce a auditor, součást sítě Fairbrother Lenz Eley.

Do soutěže bylo přihláшено celkem 91 kampaní v osmi kategoriích, z toho 23 ze Slovenska. Na shortlist bylo odbornou porotou nominováno 31 prací, z toho 10 slovenských. V kategorii Nejlepší malá kampaň zvítězil projekt Nadace Leontínka – uděláme si médium z čehokoli. Mather Communications byl následně oceněn jako třetí nejnovativnější agentura trhu.

10 úspěšných viral - videí: Rio. Obama zpívá. Veselí studentů. Konec světa

<http://viralvideochart.unrulymedia.com/?interval=week>

QQ.com je sociální síť větší Facebooku. V Číně.

Větší než Facebook, mocnější než Skype, instantnější než ICQ a ikona úspěšné e-komerce. Přesto pro nás neznámá. To je síť QQ. Půl miliardy uživatelů nabrala v Číně, ale poučit bychom se mohli i u nás.

<http://www.lupa.cz/clanky/qq-com-je-socialni-sit-vetsi-facebooku-v-cine/>

České Street View v ostrém provozu, jak to dopadlo?

7.10. spustil Google českou verzi Street View. Jak se jejich spuštění odrazí na použitelnosti map, komu bude nejmíc ku prospěchu a co by se na nich dalo ještě doladit. Čtěte více na:

<http://www.lupa.cz/clanky/ceske-street-view-v-ostrem-provozu-jak-to-dopadlo/>

Mobilní marketing v české praxi pro rok 2010

Začátkem tohoto týdne proběhla MIF konference pořádaná portálem Lupa. Hlavním tématem zde byl mobilní marketing. Klíčové závěry této konference najdete na:

<http://www.lupa.cz/clanky/mobilni-marketing-v-ceske-praxi-pro-rok-2010/>

Česko má hyperlokální deníky. Kdy přijdou hyperlokální rádia?

Mediální skupina PPF a vydavatelství Mladá fronta letos rozjely dvě „hyperlokální“ periodika – **Naše adresa** a **Sedmička**. V zahraničí na podobném principu fungují i některé lokální stanice, které vysílají doslova pro několik stovek lidí v malých obcích na neziskovém principu. Jak můžou podobné projekty fungovat?

http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/cesko-ma-hyperlokalni-deniky-kdy-prijdou-komunitni-radio/

Billboardy zlevňují

Ekonomům kvůli krizi klesá zisk, stejným směrem se ubírají i billboardy. Meziroční stamilionové ztráty nedokázala zvrátit ani volební kampaň, ta jen tento propad utlumila.

http://ekonomika.idnes.cz/billboardy-zlevnuji-v-krizi-o-ne-nemaji-inzerenti-zajem-pjl-ekonomika.asp?c=A091001_201457_ekonomika_ve/

http://www.radiotv.cz/p_outdoor/a_outdoor/billboardy-zlevnuji-kvuli-krizi-o-ne-neni-zajem/

Digitální příjem TV má ve středních Čechách 74 % domácností

Na zemské digitální televizní vysílání přešlo ve středních Čechách 74 procent domácností.

http://mam.ihned.cz/109-38675460-on-tv-nova-100000_d-00

Fotbalová reprezentace prohrála s Poštou pro tebe

Poslední vystoupení české fotbalové reprezentace v kvalifikaci na MS se stalo pro TV Nova nutným zlem. Zápas Česko - Severní Irsko sledovalo méně lidí než Poštu pro tebe a nebo Ulici. Bezbrankové utkání na Nově sledovalo 1 015 tisíc diváků (share 30,13%). Na ČT1 v té době běžela Pošta pro tebe. Tu sledovalo 1 191 tisíc diváků (share 31,34%). Středním šampionem se stala podvečerní Ulice, kterou si nenechalo ujít 1 474 tisíc diváků (share 49,3%).

Hrozí i v ČR propad návštěvnosti firemních webových stránek?

Zajímavým trendem projevujícím se v USA je kontinuální pokles firemních stránek. Spotřebitelé často odpovědi na své otázky nacházejí na externích stránkách. Následně stále více značek využívá pro svoje kampaně speciálně připravené home page či zakládá vlastní komunitní stránky. Viz.grafy v odkazu:

<http://medialne.blog.etrend.sk/pastier/2009/10/15/prekvapivy-prepad-navstevnosti-firemnych-vebov/>

SuperStar zatím rekordy netrhá. Sledovanost stagnuje

Česko Slovenská SuperStar zatím nedosahuje sledovanosti předchozích ročníků, dosud se nepřehoupla přes hranici 1,8 milionu diváků. První řadu SuperStar přitom sledovalo průměrně 2,7 milionu lidí.

http://www.tvden.cz/rubrika/media/televize/superstar-zatim-rekordy-netrha-sledovanost-stagnuje_143379.html

Deníky stagnují, potíže mají LN a Aha!

Průměrný náklad všech deníků vzrostl v srpnu meziměsíčně o 3,8 procent. Prodej klesl jen Lidovým novinám (-5,6 %) a deníku Aha! (-2 %). U obou to bylo už druhý měsíc v řadě. Výraznější nárůst mezi deníky zaznamenal Sport (8,9 %), ostatní deníky spíš vyrovnávaly snížení prodeje v červenci. V srpnu se naopak opět dařilo týdeníkům Reflex (+11,4 %) a Respekt (+7,8 %), naopak další měsíc v řadě ztrácel Týden (-1,8 %). Vyplyvá to z údajů Kanceláře pro ověřování nákladů ABC ČR.

Nova zveřejní ceny do 2. 11.

Televize Nova změnila obchodní model prodeje inzerce. V první fázi nabídla pro rok 2010 novou objemovou slevu od 5 % do 9 %, závislou na výši celoroční investice. Získají ji zadavatelé, kteří se zavážou, že podepíší závaznou objednávku do 15. ledna 2010. Letos televize odhalí ceník až na přelomu října a listopadu, nejspíše 2. 11. Od zadavatelů nyní požaduje, aby uvedli své rozpočty bez toho, aniž by znali, za jakou cenu budou reklamu na Nově v příštím roce nakupovat.

Major Zeman stále táhne. Barrandov s ním poráží ČT

Digitální televizi Barrandov hlásí úspěchy s normalizační seriálem o příslušníkovi komunistické policie. Druhý díl reprizovaného cyklu Třicet případů majora Zemana vidělo v neděli 11.10. od deseti večer na Barrandově čtvrt milionu lidí. Čtvrt milionu diváků odpovídá podle dat ATO 2,5 procentům populace, respektive 7,5 procentům těch, kteří měli v tu chvíli zapnutý televizor. A právě druhé číslo, tedy podíl na celkové sledovanosti, měl Barrandov po dobu vysílání majora Zemana vyšší, než byl průměr programu ČT 2 za poslední měřený týden (činil 5 % přes celý den, 4,1 % v nejsledovanějším vysílacím čase od 19 do 23 hodin). Zdroj: ATO – Mediaresearch, TV metrová data