



Elektronický marketing

OTO HAFFNER, ERIK KUČERA, ROMAN LESKOVSKÝ
ÚSTAV AUTOMOBILLOVEJ MECHATRONIKY



Internetový marketing

OTO HAFFNER

ELEKTRONICKÝ MARKETING | PREDNÁŠKA 2

Internetový marketing

Definícia

3

- ▶ Podpora marketingových aktivít využitím internetu
- ▶ Kvalitatívne nová forma marketingu
- ▶ Riadenie procesu uspokojenia potrieb zákazníka informáciami, službami alebo tovaru pomocou internetu
- ▶ Aplikácia internetu a príslušných digitálnych technológií za účelom dosiahnutia marketingových cieľov



Internetový marketing

Základné nástroje

4

- ▶ On-line direct marketing
 - ▶ Priamy marketing
 - ▶ Distribučné cesty priameho marketing
- ▶ On-line podpora predaja
- ▶ On-line public relations
- ▶ On-line reklama
 - ▶ Bannery a grafická reklama
 - ▶ Brandová a výkonová internetová reklama
 - ▶ Reklama v mobiloch
 - ▶ Virálny marketing
- ▶ Vlastné webové stránky
 - ▶ Budovanie webových stránok



Internetový marketing

Základné nástroje

5

- ▶ On-line direct marketing
 - ▶ Vyžiadaný e-mailing
 - ▶ E-mail
 - ▶ Newsletter
 - ▶ Virálny marketing
 - ▶ Word of mouth
 - ▶ Instant messaging
 - ▶ SMS – mobile marketing



Internetový marketing

Základné nástroje

6

- ▶ On-line podpora predaja
 - ▶ Affiliate
 - ▶ Súťaže
 - ▶ Advergaming
 - ▶ Kupóny
 - ▶ Zľavy
 - ▶ Vzorky
 - ▶ Demonštračné verzie programov
 - ▶ Vernostné programy



Internetový marketing

Základné nástroje

7

- ▶ On-line public relations
 - ▶ Vlastné webové stránky
 - ▶ Cudzie webovej stránky
 - ▶ Tlačové správy
 - ▶ Prípadové štúdie, e-booky
 - ▶ Podcasty, zdieľanie videí
 - ▶ Užívateľské komunity
 - ▶ On-line events – semináre, workshopy, diskusie
- ▶ Voľne dostupné nástroje
 - ▶ Články do médií
 - ▶ Odborové servery
 - ▶ Spravodajské portály
 - ▶ Weblogy – vlastné aj cudzie weblogy
 - ▶ Social media marketing

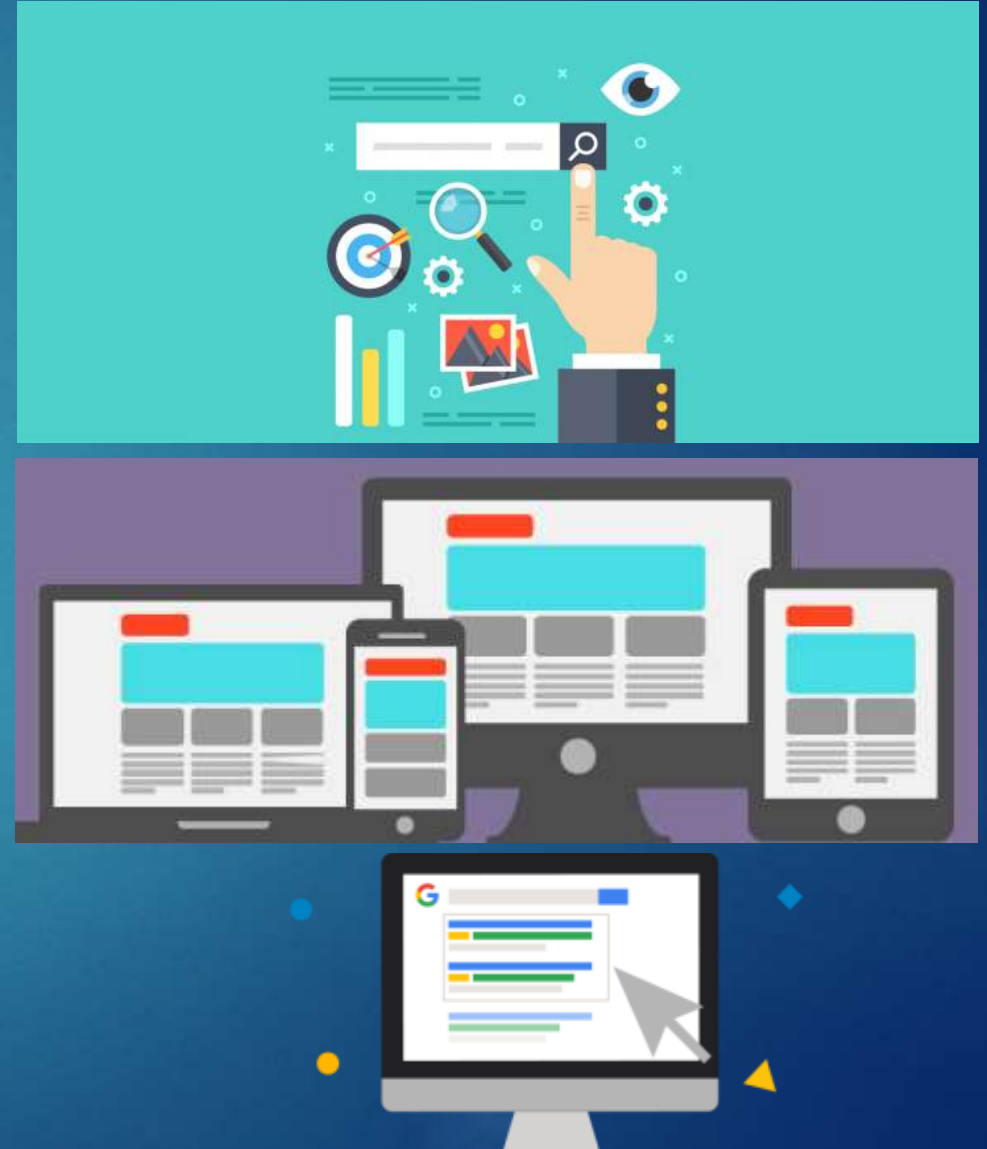


Internetový marketing

Základné nástroje

8

- ▶ On-line reklama
 - ▶ Search marketing
 - ▶ Platba za umiestnenie
 - ▶ Optimalizácia pre vyhľadávače – SEO
 - ▶ Špecializované vyhľadávače
 - ▶ Reklama vo vyhľadávačoch
 - ▶ Plošná reklama
 - ▶ Bannery
 - ▶ Video reklama
 - ▶ Textová reklama
 - ▶ Ads (predtým Adwords)
 - ▶ AdSense
 - ▶ Sklik



Internetový marketing

Základné nástroje

9

- ▶ Vlastné webové stránky
 - ▶ Copywriting
 - ▶ Referencia, aktuálny
 - ▶ Microsity – mikroweby, satelitné weby
 - ▶ Funkcia odporučiť známemu, tagovanie
 - ▶ Užívateľom tvorený obsah



Internetový marketing

Výhody on-line marketingu

10

- ▶ Pre zákazníka
 - ▶ Pohodlnosť prístupu
 - ▶ Informovanosť
 - ▶ Menej slovných nezhôd a nedorozumení
- ▶ Pre inzerentov
 - ▶ Rýchle prispôsobenie podmienkam trhu
 - ▶ Nižšie náklady
 - ▶ Budovanie vzťahov
 - ▶ Meranie prístupu



- ▶ Môžu si ho dovoliť aj malé firmy
- ▶ Neexistuje reálne obmedzenie inzertnej plochy
- ▶ Rýchly prístup k informáciám
- ▶ Predaj prebieha rýchlo a svižne

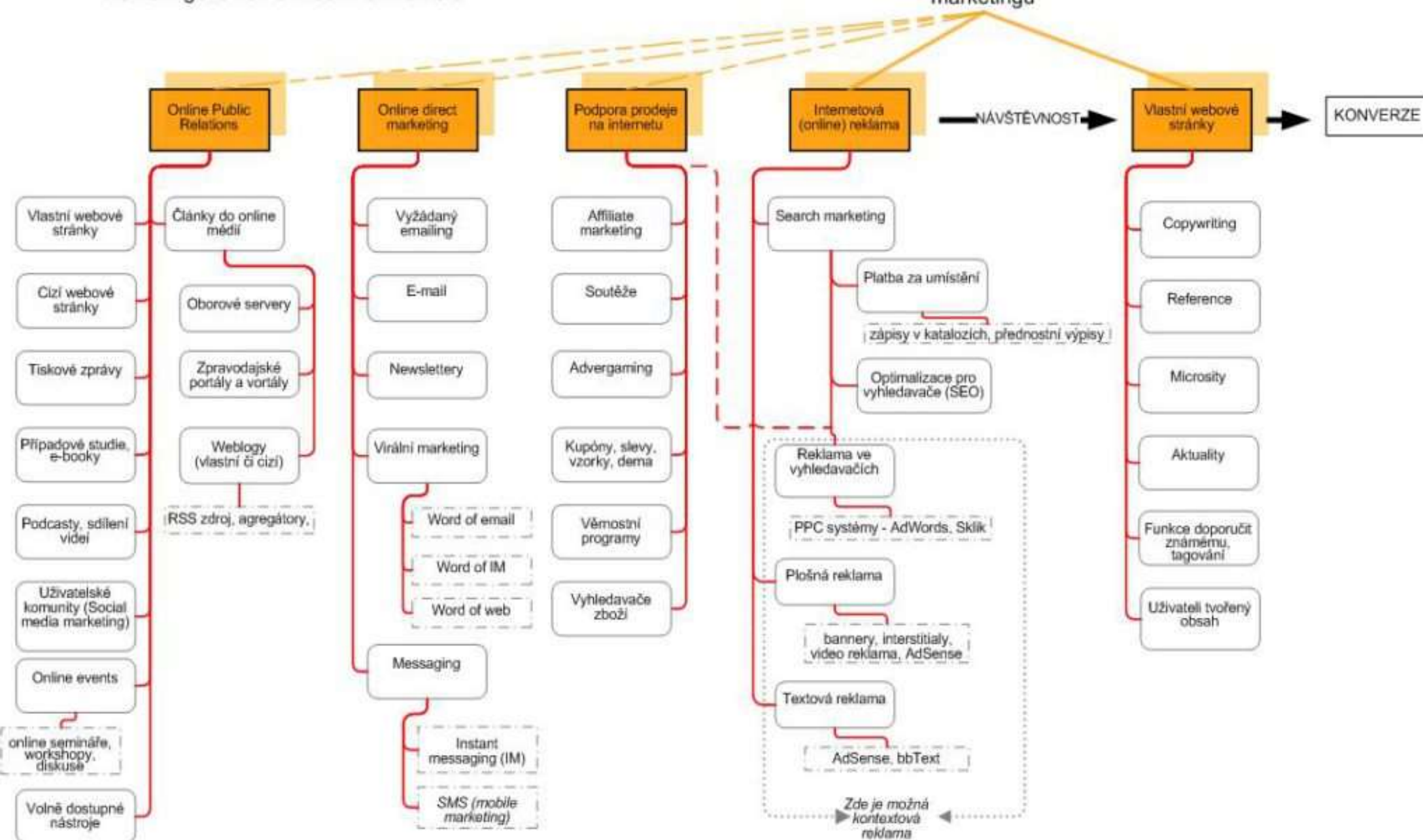
Internetový marketing

Marketingové komunikace na internetu

www.krutis.com

11

Nástroje internetového marketingu





Natívná reklama a obsahový marketing

OTO HAFFNER

ELEKTRONICKÝ MARKETING

Svet natívnej reklamy

13



- ▶ AT&T, 1994, komunikovali výhody pripojenia na Internet
- ▶ Priemerné click-through-rate, t. j. preklikovosť, bolo na úrovni 44%. Pre porovnanie, priemerné CTR sa dnes pohybuje na úrovni 0.1%
- ▶ Kreatíva neobsahovala logo zadávateľa. Návštevníci sa jeho meno dozvedeli až po prekliku na cieľovú stránku
- ▶ V súčasnosti sa bannerová reklama používa všetkým na budovanie povedomia o značke a jej produktoch. Umiestňovanie loga do kreatívy je tak bežnou súčasťou

Svet natívnej reklamy

14

- ▶ za posledných 20 rokov sa počet používateľov, ako aj čas strávený na internete výrazne zvýšil
- ▶ narástlo aj množstvo online reklamných kanálov a ich využitie
- ▶ používateľ je odhadom vystavený až 10 000 reklamným posolstvám denne
- ▶ pre zadávateľov reklamy čoraz ťažšie dostať sa do pozornosti svojej cieľovej skupiny
- ▶ podľa výskumov si v priemere každý štvrtý Slovák blokuje zobrazovanie reklamy (1)
- ▶ podľa výskumu portálu Refresher.sk až 60% ich návštevníkov má nainštalovaný adblock (2)



(1) <https://medialne.etrend.sk/internet/vyse-stvrtina-slovakov-priznava-ze-sofтверom-blokuje-reklamu-na-webe.html>

(2) <https://www.youtube.com/watch?v=Qnu2ekCoWuU>

Mobile Adblock Users

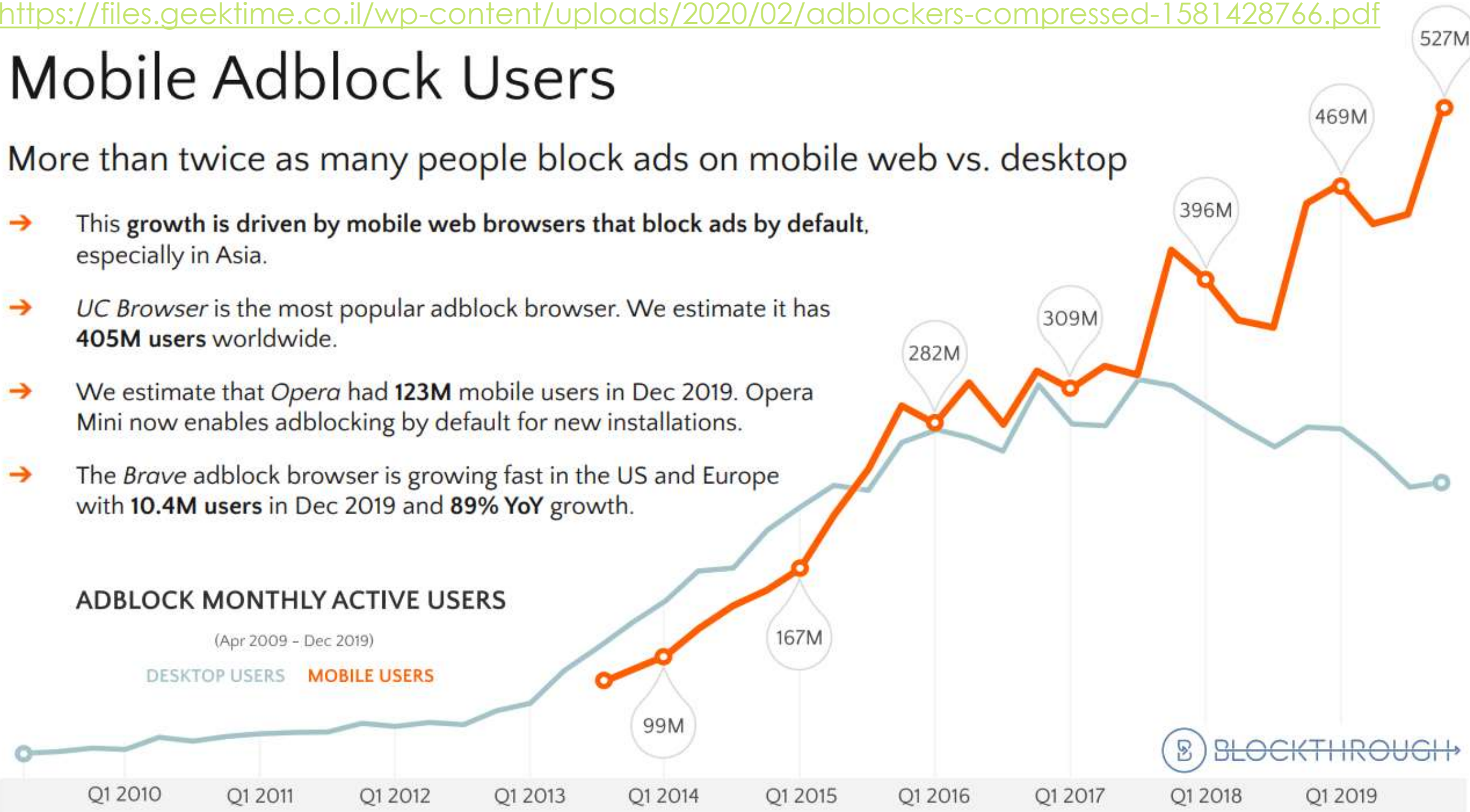
More than twice as many people block ads on mobile web vs. desktop

- This **growth** is driven by **mobile web browsers that block ads by default**, especially in Asia.
- *UC Browser* is the most popular adblock browser. We estimate it has **405M users** worldwide.
- We estimate that *Opera* had **123M** mobile users in Dec 2019. Opera Mini now enables adblocking by default for new installations.
- The *Brave* adblock browser is growing fast in the US and Europe with **10.4M users** in Dec 2019 and **89% YoY** growth.

ADBLOCK MONTHLY ACTIVE USERS

(Apr 2009 - Dec 2019)

DESKTOP USERS MOBILE USERS



Desktop Adblock Users

Desktop adblock usage is slowly declining as users switch to mobile

- Despite slow decline, there were **236 million** monthly active users in Q4 2019.
- The frequency of use of desktop adblock software has begun to decline as users spend more time on their mobile devices.
- One drawback to replicating our methodology from past reports is that it omits adblockers not reliant on [EasyList](#). Though traditionally less common and difficult to account for, future reports will attempt to do so.

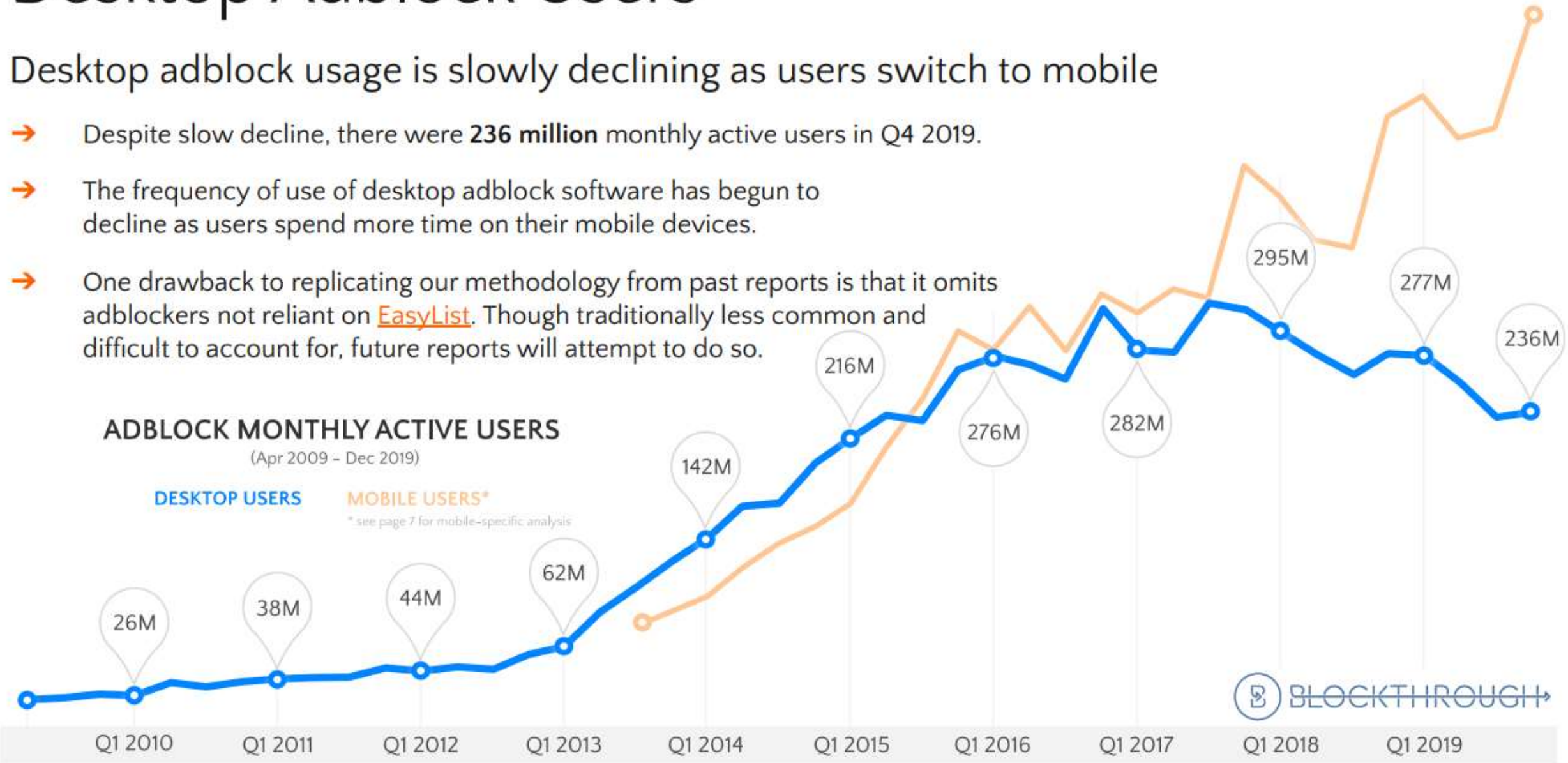
ADBLOCK MONTHLY ACTIVE USERS

(Apr 2009 - Dec 2019)

DESKTOP USERS

MOBILE USERS*

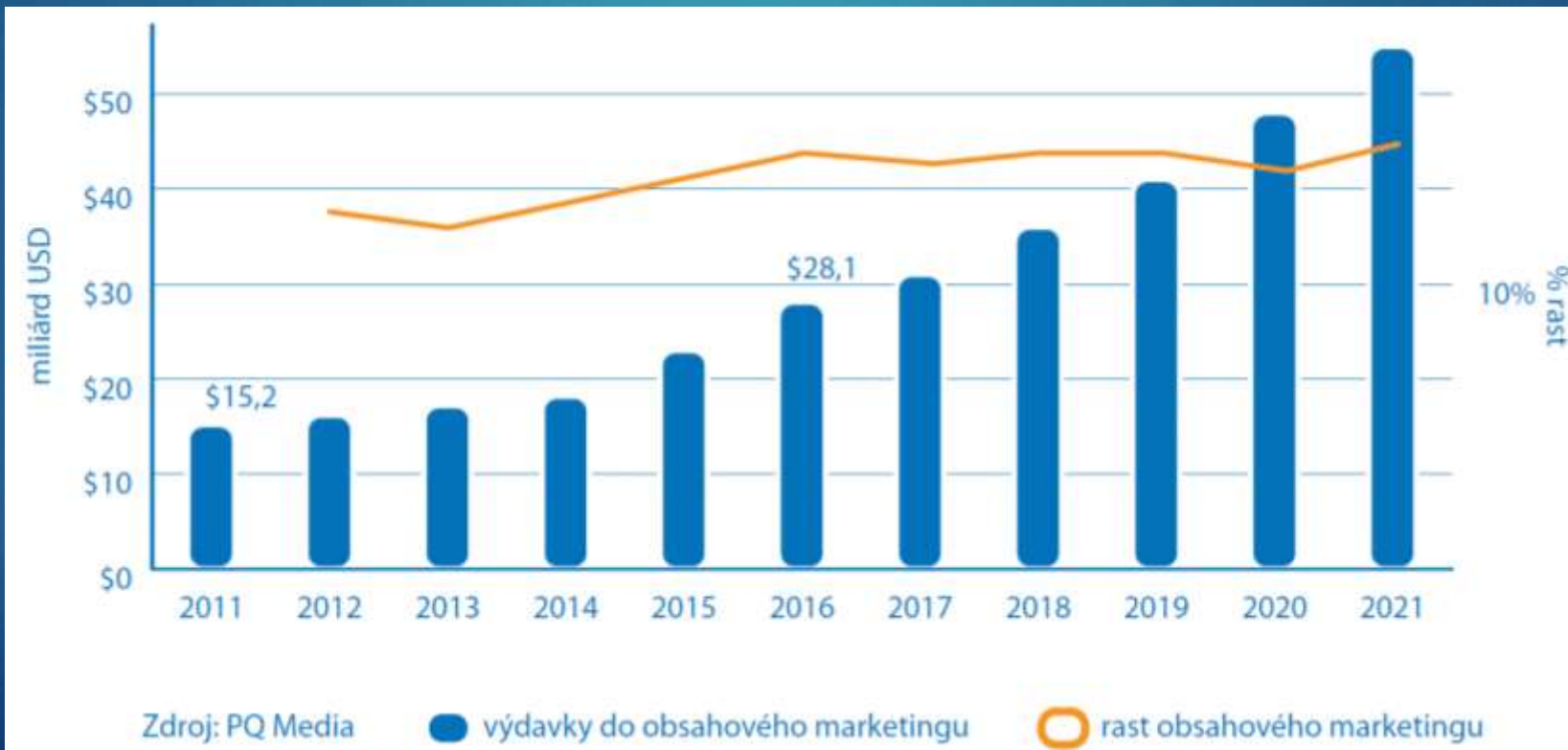
* see page 7 for mobile-specific analysis



Svet natívnej reklamy

17

- ▶ Pre inzerentov je teda čoraz náročnejšie osloviť terajších i budúcich zákazníkov
- ▶ Nutnosť hľadať a využívať nové efektívne formáty
- ▶ Preto zaznamenáva obsahový marketing celosvetový rast
- ▶ Podľa odhadov sa medzi rokmi 2011 a 2021 sa výdavky do content marketingu takmer zoštvornásobia



Čo je obsahový marketing? A čo natívna reklama?

18

- ▶ Predajte mi toto pero!
- ▶ Začnú opisovať kvality produktu – ako pekne pero vyzerá, aké je ľahké, lacné, z akých materiálov je vyrobené
- ▶ Všetky odpovede sú však nesprávne
- ▶ Profesor Theodore Levitt: „Ľudia si nechcú kúpiť vrták. Chcú vyvŕtať dieru.”
- ▶ Zákazníkov nezaujímajú produkty, služby ani firmy – **čo ich trápi, sú ich vlastné potreby, túžby, problémy**
- ▶ Prostredníctvom obsahu majú marketéri a značky možnosť dostať sa do ich pozornosti, získať si dôveru, vybudovať vzťah a predať.



Čo je obsahový marketing?

19

- ▶ tiež zvaný content marketing
- ▶ je technika, ktorá **sa zameriava na tvorbu, zverejňovanie a distribúciu obsahu** s úmyslom predáť produkt alebo službu.
- ▶ ciele:
 - ▶ budovanie záujmu a povedomia o produktoch a službách,
 - ▶ zvyšovanie povedomia o značke, budovanie dobrého mena,
 - ▶ vytvoriť nové skupiny zákazníkov,
 - ▶ budovať a udržiavať si vzťah so zákazníkmi,
 - ▶ zvyšovať tržby od existujúcich zákazníkov.



Čo je obsahový marketing?

20

Čo všetko je obsah?

- | | | | |
|---|--|---|--|
|  Ako na to |  Články |  Otázky a odpovede |  Ankety |
|  Prípadového štúdie |  Príručky |  Webináre |  Podcasty |
|  Grafy |  Vlogy |  Manuály |  Koláže |
|  E-knihy |  Videá |  Slovník |  Výskumy |
|  E-mail newslettery |  Šablóny |  Infografiky |  Tlačové správy |
|  Komixy, ilustrácie |  Prieskumy |  Rozhovory |  Fotky |
|  Rešerše |  Prezentácie |  Zoznamy |  Predikcie |
|  Recenzie |  Zdroje |  Mind mapy |  Obsah vytvorený užívateľmi |
|  Darčkové predmety |  Citácie |  Vtipné obrázky |  Časová história |
|  Najčastejšie otázky |  Kvízy |  Online hry |  Firemné novinky |

Čo je obsahový marketing?

21

- ▶ Obsah sa týka oblasti, v ktorej má značka expertízu a zároveň je zaujímavý a hodnotný pre cieľovú skupinu
- ▶ Nemusí nutne generovať priame predaje tovarov či služieb
- ▶ Udržiava danú značku v povedomí zákazníka
- ▶ Spomenie si, keď sa bude v budúcnosti rozhodovať o nákupe



Čo je obsahový marketing?

22

Blog

- ▶ Jedným z najzákladnejších typov obsahu
- ▶ Blog, alebo weblog, je textový článok väčšinou sprevádzaný obrázkami alebo videom uverejnený na webstránke
- ▶ Blogy môžu mať rôzne tematické ladenie od jednoduchých návodov až po osobné príbehy
- ▶ Dôležitý bod je vždy podporovať diskusiu k blogu a oceniť aj „zlé“ komentáre a premeniť ich na príležitosť vybudovať si lepší vzťah so zákazníkom



Čo je obsahový marketing?

E-newsletter

23

- ▶ je pravidelná forma e-mailovej komunikácie, na ktorú nám dal odberateľ súhlas
- ▶ e-newslettri sú uvedené rôzne informácie, ktoré chce firma komunikovať s odberateľmi
- ▶ na pravidelnej báze (denne, týždenne, mesačne, ročne)



Newsletter



Čo je obsahový marketing?

Informačná správa (white papers)

24

- ▶ informačná správa je praktcom všetkého obsahu a je zameraná na tematické reporty
- ▶ väčšinou 8-12 strán dlhé, ktoré sa venujú širšiemu a podrobnejšiemu vysvetleniu danej témy
- ▶ napríklad výskumné reporty, konferenčné záznamy, technické správy a podobne

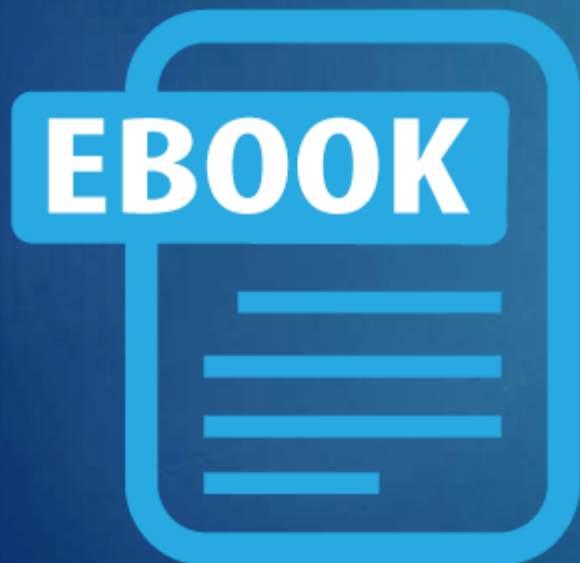


Čo je obsahový marketing?

25

E-book

- ▶ E-book je, podobne ako informačná správa, report prezentujúci komplexné informácie vo vizuálne atraktívnom formáte
- ▶ Tón je miestami neformálny a zábavný a formát je premiešaný na rozdiel od lineárneho formátu informačnej správy

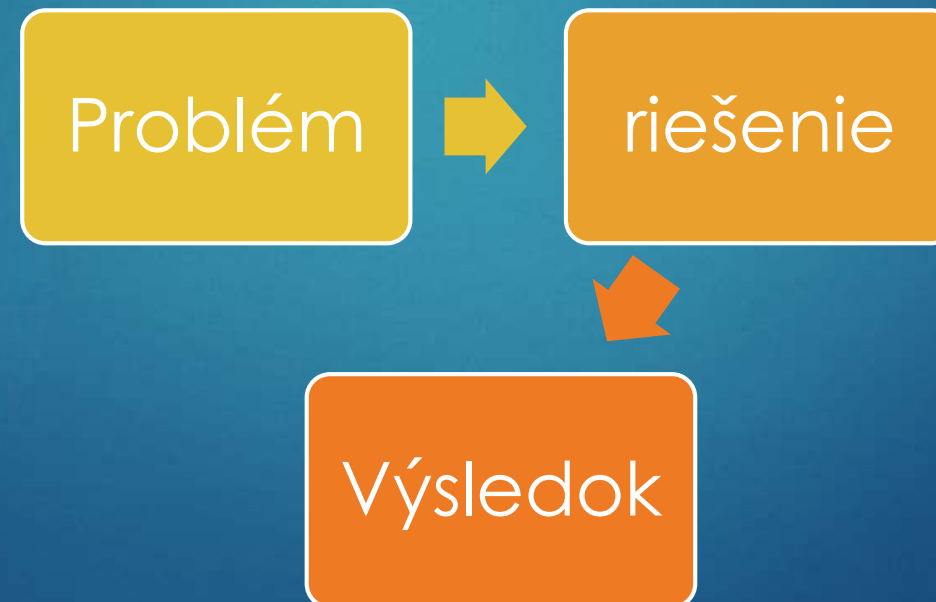


Čo je obsahový marketing?

26

Case study

- ▶ Case study je 1 – 2 stranový dokument, obsahujúci informácie o konkrétnom firemnom projekte alebo aktivite
- ▶ Založený je na bývalom ukončenom projekte, na ktorom sa firma podieľala
- ▶ Cieľ case study je prezentovať dôveryhodnosť a odbornú spôsobilosť firmy v očiach zákazníka



Čo je obsahový marketing?

Webinár / Webcast

27

- ▶ Prezentácia online obohatená o audio
- ▶ webinár (slides a audio)
- ▶ webcast (slides, audio a video).



Čo je obsahový marketing?

Video

28

- ▶ Video content sa stáva čoraz populárnejšou zložkou online obsahu firiem
- ▶ Zákazník stále viac inklinuje k pozeraniu videa / obrázkov ako čítaniu textu a jednak vďaka dostupnosti vytvárania a zdieľania video formátov
- ▶ Vytvárať video je stále jednoduchšie, dostupnejšie a lacnejšie



Čo je obsahový marketing?

29

Podcast / audio

- ▶ Podcast je audio súbor, ktorý je možné stiahnuť a počúvať na zariadeniach podporujúcich prehrávanie audio súborov
- ▶ Podcast má často 5 – 30 minút
- ▶ umožňuje užívateľom vykonávať aj inú činnosť počas počúvania audio súboru



Čo je obsahový marketing?

Mobilné a web aplikácie

30

- Umožňuje užívateľom vykonávať konkrétnu prácu alebo činnosť, na ktorú bola navrhnutá
- Pri dobrej aplikácii, by mal mať užívateľ potrebu takúto aplikáciu pravidelne používať



Čo je natívna reklama?

31

- ▶ Je to reklama, ktorá pôsobí ako prirodzená súčasť miesta, kde sa nachádza
- ▶ Vizuálne, funkčne i obsahovo splýva so svojim prostredím.
- ▶ Inzerent pri nej využíva a kupuje distribučný kanál tretej strany - médiá, platformy a sociálne siete.
- ▶ PR a iné články, ktoré sú napísané inzerentmi s cieľom predáť produkt
 - ▶ umiestnené v médiách medzi ostatným redakčným obsahom
- ▶ Product placement - James Bond jazdí na Aston Martin
 - ▶ vizuálne i funkčne prirodzene zapadá do deja



Aký je rozdiel medzi obsahovým marketingom a natívnou reklamou?

32

► **Obsahový marketing**

- sebe zahŕňa všetko, čo sa týka marketingovej komunikácie prostredníctvom obsahu
- Ide o tvorbu obsahu, jeho šírenie cieľovým skupinám, analýzu a vyhodnocovanie úspešnosti.

► **Natívna reklama**

- je jeden zo spôsobov, akým sa šíri vytvorený obsah k tým používateľom, pre ktorých je určený
- teda dôležitou súčasťou content marketingu



Modelové situácie

33

- ▶ **Napíšeme blog, obsah** tematicky spojený s produktom či službami.
 - ▶ Umiestnime ho na kanáloch, ktoré vlastníme/máme nad ním kontrolu - webstránka, zdieľanie na Facebook a Instagram, video do newslettera
 - ▶ Toto je obsahový marketing
- ▶ **Zistíme že blog fungoval veľmi dobre**
 - ▶ Chceme aby ho videlo viac ľudí (noví alebo starí čo ho ešte nečítali)
 - ▶ Na médiách, platformách a sociálnych sieťach si kúpime dodatočnú viditeľnosť – z nej plynúcu návštevnosť
 - ▶ Toto je natívna reklama
- ▶ **Napíšete si blog, obsah tematicky spojený s produktom, službami a umiestnite ho na cudzie médium**
 - ▶ Alebo článok napíšeme v spolupráci s médiom, na ktorom je uverejnený
 - ▶ Alebo si dohodneme recenziu s influencerom na jeho Youtube kanáli
 - ▶ Toto je natívna reklama – nie sme vlastníkom distribučného kanála



Formáty natívnej reklamy

34

► 6 typov formátov pre natívnu reklamu

- Články, videá a iný obsah (po anglicky In-feed ads)
- Reklama vo vyhľadávani (po anglicky Search ads)
- Odporúčacie okná (po anglicky Recommendation widgets)
- Katalógová reklama (po anglicky Promoted listings)
- Natívna bannerová reklama (po anglicky Native display)
- Špeciálne spolupráce, resp. čo sa inam nehodí



Formáty natívnej reklamy

Články, videá a iný obsah - In-feed ads

35

- ▶ zobrazuje používateľovi medzi ostatnými príspevkami na médiu či platforme, ktorú navštevuje
- ▶ V prípade spravodajských portálov a magazínov to sú napríklad články či videá vytvorené samostatne zadávateľom alebo v spolupráci s redakciou
- ▶ V cene inzercie býva zahrnuté vypublikovanie a odklik na hlavnej stránke média, prípadne v niektorej zo sekcií.
- ▶ smeruje preklik na článok uverejnený na danej stránke, avšak možné je aj presmerovanie mimo stránky vydavateľa

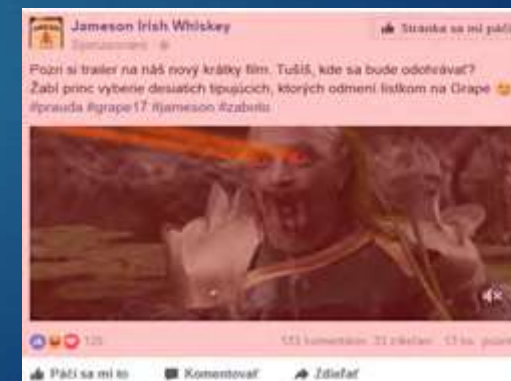
The screenshot displays the homepage of the Slovak news website 'sme.sk'. The layout includes a top navigation bar with the site logo and a search bar. Below the navigation bar, there are several sections of content. On the left, a sidebar lists various topics like 'Práca', 'Zdravie', and 'Vzťahy'. The main content area features a large article titled 'Dobry internet v meste i na vidieku. Dostupný je takmer všade' (Good internet in the city and in the countryside. Available almost everywhere). This article is a native advertisement for Telekomunikácie Slovenska, as indicated by the logo at the bottom of the article. The article text discusses the availability of internet services across the country. To the right of the main article, there is a smaller section titled 'Príhlaska sa a vložte PR článok' (Sign up and upload PR article), which includes a form for users to submit their own content. The overall design is clean and professional, with a focus on delivering news and information to the reader.

Formáty natívnej reklamy

Články, videá a iný obsah - In-feed ads

36

- ▶ aj reklama na sociálnych sieťach ako napríklad Facebook či Instagram
- ▶ pri prezeraní nástenky vidí medzi príspevkami aj obsah sponzorovaný značkou
- ▶ V prípade kliku je človek presmerovaný väčšinou na profil značky na sociálnej sieti, na jej stránku, alebo aj na web média, kde sa nachádza článok propagujúci jej produkty či služby

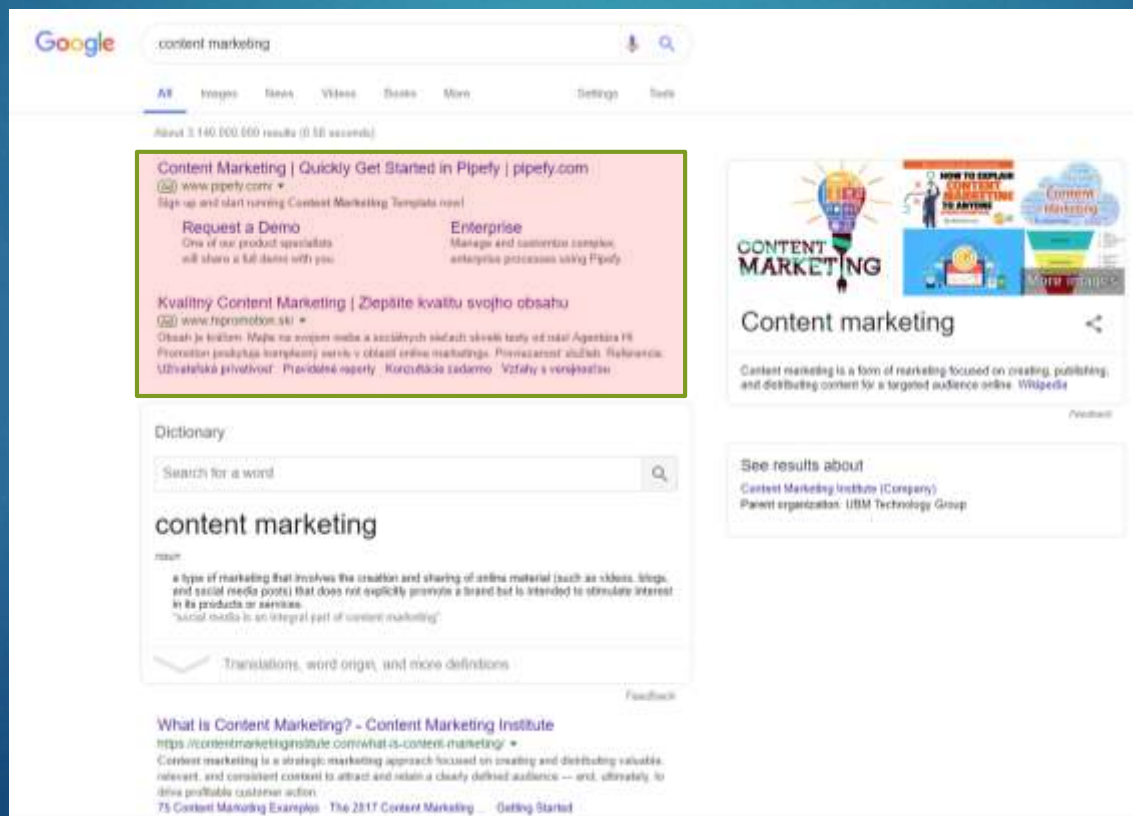


Formáty natívnej reklamy

Reklama vo vyhľadávaní - Search ads

37

- ▶ Aj reklama na Googli, Zoznam, Azet, Centrum, je považovaná za natívnu reklamu
- ▶ Platené odkliky sú takmer nerozoznateľné od zvyšku stránky a kontextovo sú prispôbivé tomu, čo používateľ vyhľadáva.

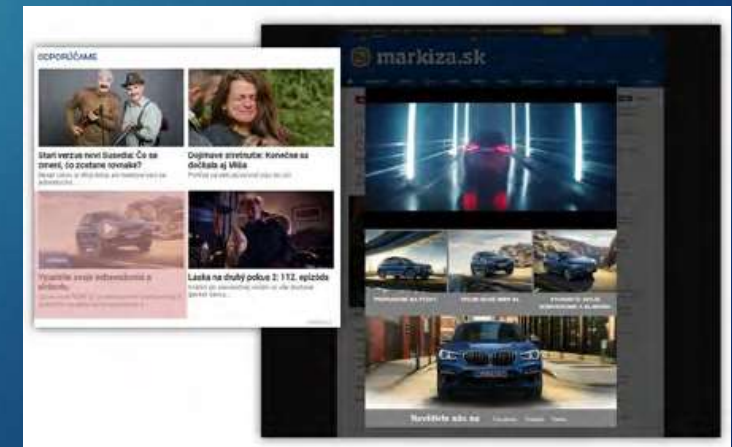


Formáty natívnej reklamy

Odporúčacie okná - Recommendation widgets

38

- ▶ na stránkach médií pod článkom, resp. v prehrávači po skončení videa
- ▶ Médiá chcú návštevníkom ponúknuť zaujímavý obsah zo svojho portfólia
- ▶ Inzerenti sem môžu vložiť odkazy na svoje stránky, články, prípadne iný hodnotný obsah
- ▶ Ďalšou možnosťou je aj prehrávanie videí v samostatnom okne - nad obsahom z daného média



Formáty natívnej reklamy

Katalógová reklama - Promoted listings

39

- sú platené odkazy, zväčša kontextuálne, ktoré sa nachádzajú pri danej téme.
- Môžeme ich nájsť napríklad v katalógoch, kde je inzerent prioritne uvedený na vrchu sekcie, pred ostatnými organickými výsledkami.

Zoznam.sk Hľadaj firmu podľa názvu, pozície

Katalóg Google Obrázky Slovník Tel. čísla Mapy

Katalóg Auto-moto, doprava, logistika Autobaterie, akumulátory viac

Autobaterie, akumulátory

Firmy: ☐ Automobilový, príslušenstvo ☐ Pneumatiky, disky, elektronika

Podkategória: ☐ Automobilový, príslušenstvo ☐ Pneumatiky, disky, elektronika

Lokality: ☐ Všetky

Zariadenie: ☐ Predvolené

Kategória: ☐ maloobchod ☐ veľkoobchod ☐ výroba ☐ servis, oprava ☐ distribúcia ☐ e-shop

Pobídiť

Skarab.cz

15. októbra 11:42, 14:28 Pôvod: CZ

Predaj náhradných dielov, autobaterií na české a zahraničné nákladné automobily. Predaj náhradných dielov na všetky typy vozidiel Tatra - T815, T148, T813, jama, Tatra Euro IV, Avia, Liaz, Karosa, MAN, DAF, Iveco, Scania, Mercedes.

<https://www.skarab.cz>

Protan - Anna Gajdošová, Svidník

Bratislava 2012, 09/01, 1/2013

Zber a spracovanie starých vozidiel. Výkup druhotných surovín. Predaj olejov, masiel, autobaterií, filtrov, autokomponentov.

<http://www.protan.sk>

Heureka Hľadajte na Heureka

SHOPROKU 2018

Hlasujte pre svoj obľúbený e-shop v ankete ShopRoku 2018

Odporúčame

Ubiťte si sneh!

Zjazdové lyže **Bežecké lyže** **Snežiarstvo**

Deti **Deti** **Deti**

Deti **Deti** **Deti**

Formáty natívnej reklamy

Natívna bannerová reklama - Native display

40

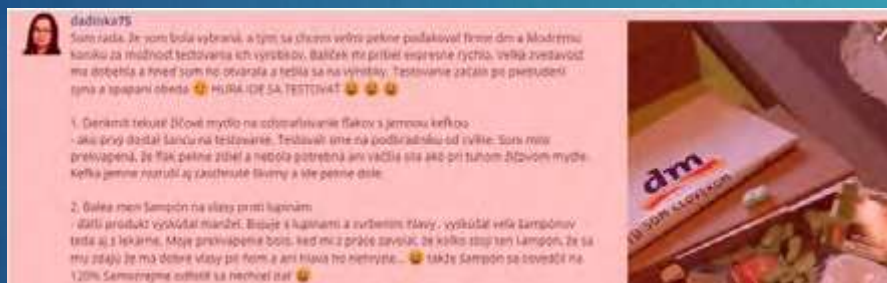
- aj klasická bannerová reklama môže byť natívna
- keď banner zapadá do vizuálu stránky, poprípade obohacuje jej funkcionality



Formáty natívnej reklamy

Špeciálne spolupráce, resp. čo sa inam nehodí

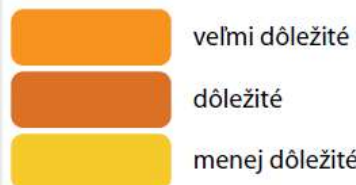
- ▶ neustále vznikajú nové formáty
- ▶ väčšinou príliš malé alebo používané na to, aby mali samostatnú sekciu
- ▶ Do tejto kategórie patria napríklad všetky formy súťaží, testov, hodnotení, práca s ambasádormi, influencermi atď



Dôležité metriky

42

IAB NÁZOV	SLOVENSKÝ NÁZOV	TVORCA OBSAHU	UMIESTNENIE	REKLAMA ODKAZUJE	KPIs						
IN-FEED ADS	klasické PR, natívne PR	zadávateľ vydavateľ	redakčný obsah webu	stránka na webe vydavateľa	počet otvorení	cena za otvorenie	priemerný čas strávený na stránke	prekliky na web	heatmapy	engagement	leadly
	sponzorovaný odkaz	zadávateľ vydavateľ	news feed sociálnej siete	profil značky na sociálnej sieti, stránka na webe vydavateľa, stránka klienta	zásah	prekliky	CPC	engagement			
SEARCH ADS	reklama vo vyhľadávaní	zadávateľ	vo vyhľadávaní	stránka klienta	prekliky	CPC	leadly	CPA	pozícia	skóre kvality	
RECOMMENDATION WIDGETS	odporúčacie boxy	zadávateľ	vyhradený priestor v obsahu webu	PR článok na webe publisher, blog klienta, pop-up layer	prekliky	CPC	CTR				
PROMOTED LISTINGS	katalógová reklama	zadávateľ	vo vyhľadávaní	produkt/eshop na porovnávači, priamo na web	prekliky	CPC	leadly	CPA	pozícia		
NATIVE DISPLAY	natívna display reklama	zadávateľ	mimo redakčný obsah	stránka klienta	zobrazenia	zásah	frekvencia	CPU (cena za oslovenie unikáta)	prekliky	CTR	
CUSTOM / CAN'T BE CONTAINED	špeciálne spolupráce (ambasádori, súťaže, recenzie, product placement)	zadávateľ vydavateľ ambasádor	redakčný obsah webu		engagement						



Engagement - zapojenie používateľov -

Lead - počet vygenerovaných kontaktov či obchodných príležitostí

CPC - cost per click CPA - cost per action CTR - click-through rate,

CPU - cost per unique user

Dôležité metriky

43

- ▶ kľúčové ukazovatele výkonnosti - KPI (Key Performance Indicators)
- ▶ zapojenie používateľov - engagement, napríklad počet komentárov v diskusii, počet zdieľaní, hodnotení, zdieľania, lajky
- ▶ počet vygenerovaných - kontaktov či obchodných príležitostí (tzv. leadov, napr. ak obsahuje článok box na zápis do newsletteru)
- ▶ cena za preklik (tzv. cost per click, CPC)
- ▶ cenu za jednu vygenerovanú príležitosť (tzv. cost per action, CPA)
- ▶ Priemerná preklikovosť na 1000 zobrazení (tzv. click-through rate, CTR)
- ▶ oslovenie jedného unikátneho používateľa (tzv. CPU, cost per unique user)



Influenceri a ambasádori

Kto sú a na čo sú vlastne dobrí?

- ▶ chceme kúpiť nové auto ale predajcom príliš nedôverujeme
- ▶ obrátite na svojho kamaráta “autíčkára”, ktorého bavia všetky technické detaily, sleduje novinky, recenzie a celkovo je expert na danú tému
- ▶ Dôverujete mu, lebo neprichádza do konfliktu záujmov, resp. neodporučí značku len preto, že má z toho províziu
- ▶ Výrazným spôsobom dokáže ovplyvniť váš názor a nákupné rozhodnutie, má na nás vplyv (influence) je teda pre nás influencer



INFLUENCERS



AMBASSADORS

Influenceri a ambasádori

Kto sú a na čo sú vlastne dobrí?

- Niekoho koníček baví natoľko, že o svojej záľube začne točiť videá, nahrávať podcasty, písať blogy či články
- Keďže je expert na danú tému, je jeho obsah dôveryhodný a vysoko kvalitný, a tak začne mať svojich fanúšikov, tzv. "followerov"
- Tí ich sledujú na sociálnych sieťach, Youtube kanáli alebo navštevujú priamo webové stránky



Influenceri a ambasádori

Kto sú a na čo sú vlastne dobrí?

46

- Podľa počtu fanúšikov influencerov delíme
 - nano (pár stoviek)
 - micro (pár tisíc až desiatok tisíc)
 - Klasický (majú stovky tisíc až milióny nasledovníkov) - populárni športovci, speváci, herci, či iní umelci a osobnosti
- Keď má influencer produkt rád natoľko, že ho sám využíva, môže sa stať ambasádorom značky
- Cristiano Ronaldo používa kopačky Nike, veľa detí a mužov chce byť tak dobrým a populárnym hráčom ako on a kupuje si produkty, ktoré používa
- Preto s ním Nike podpísalo doživotný kontrakt (1)



(1) <https://www.tmz.com/2016/11/08/cristiano-ronaldo-nike-contract/>

Influenceri a ambasádori

Kto sú a na čo sú vlastne dobrí?

- ▶ Influenceri a ambasádori dokážu výrazne ovplyvniť spotrebiteľské správanie svojich followerov
- ▶ Sú teda veľmi zaujímaví pre značky
- ▶ Youtuber Ryan
- ▶ Otvára „kindervajíčka“
- ▶ 1,97 mld. vzhliadnutí
- ▶ Výrobcovia sa predbiehajú, aby mal aj ich hračku, pretože vraj jedno video dokáže výrazne rozhybať predaj

<https://www.youtube.com/watch?v=jjd-BeTX6U0>





Ryan's World



Made for Kids



UPLOADS
1,653

SUBSCRIBERS
24.1M

VIDEO VIEWS
36,739,875,305

COUNTRY
US

CHANNEL TYPE
Entertainment

USER CREATED
Mar 17th, 2015

User Summary

Future Projections

Detailed Statistics

Featured Box

Similar Channels

User Videos

Live Subscriber Count

of their own

A+

TOTAL GRADE

18th

SOCIAL BLADE
RANK

96th

SUBSCRIBER
RANK

6th

VIDEO VIEWS
RANK

38th

COUNTRY
RANK

28th

ENTERTAINMENT
RANK

500K ▲0.0%

SUBSCRIBERS FOR THE LAST 30 DAYS

€210.7K - €3.4M

ESTIMATED MONTHLY EARNINGS

926.136M ▼2%

VIDEO VIEWS FOR THE LAST 30 DAYS

€2.5M - €40.5M

ESTIMATED YEARLY EARNINGS

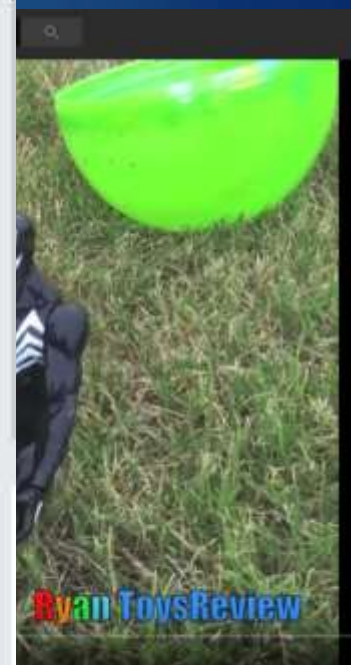


TOTAL SUBSCRIBERS (WEEKLY)



TOTAL VIDEO VIEWS (WEEKLY)

48



Up next

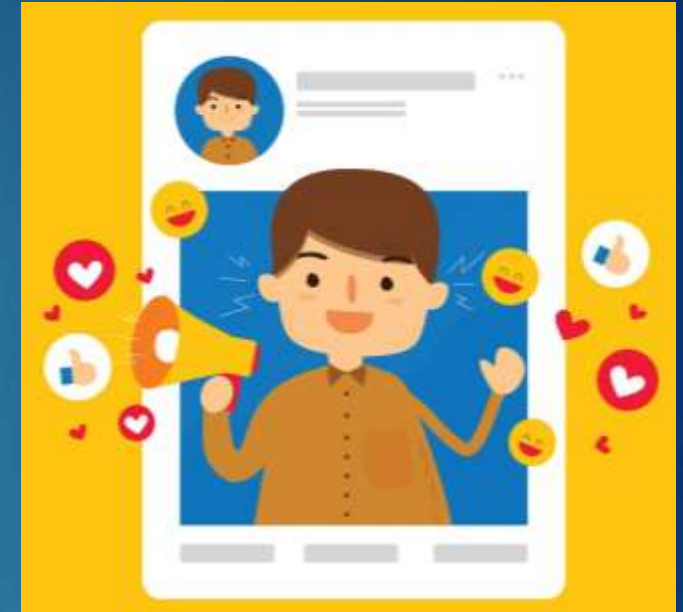


Influenceri a ambasádori

49

► Čo majú spoločné:

- tvoria kvalitný pútavý obsah,
- majú vlastné médium, či už na sociálnych sieťach, youtube, popřípade vlastný web,
- majú komunikačný dosah na svoju cieľovú skupinu



► V čom sú odlišní?

- influenceri spolupracujú so značkami krátkodobo, väčšinou max. pár mesiacov
- influenceri nie sú viazaní k exkluzívnej spolupráci
- ambasádor žije s produktom dlhodobo, sám ho používa
- ambasádori spolupracujú na exkluzívnej báze



Výhody natívnej reklamy

50

► Ad-blocky pri nej nemajú šancu

- články, videá či obrázky, sa k používateľom dostávajú priamo prostredníctvom redakčného systému, ktorý je nezávislý od systémov ponúkajúcich reklamu
- natívny obsah zároveň pomôže, naučí alebo zabaví a je na nerozoznanie od ostatného redakčného obsahu, používateľom ani neprekáža.



► Poskytuje široké možnosti kreatívy

- neexistujú limity v dĺžke alebo veľkosti formátu
- články môžu byť dlhé alebo krátke, môžu obsahovať video, galérie, kvízy, infografiky, hry a iné interaktívne prvky
- majú s používateľmi možnosť diskutovať cez sekciu s komentármi.



Výhody natívnej reklamy

► Je prispôsobená mobilom

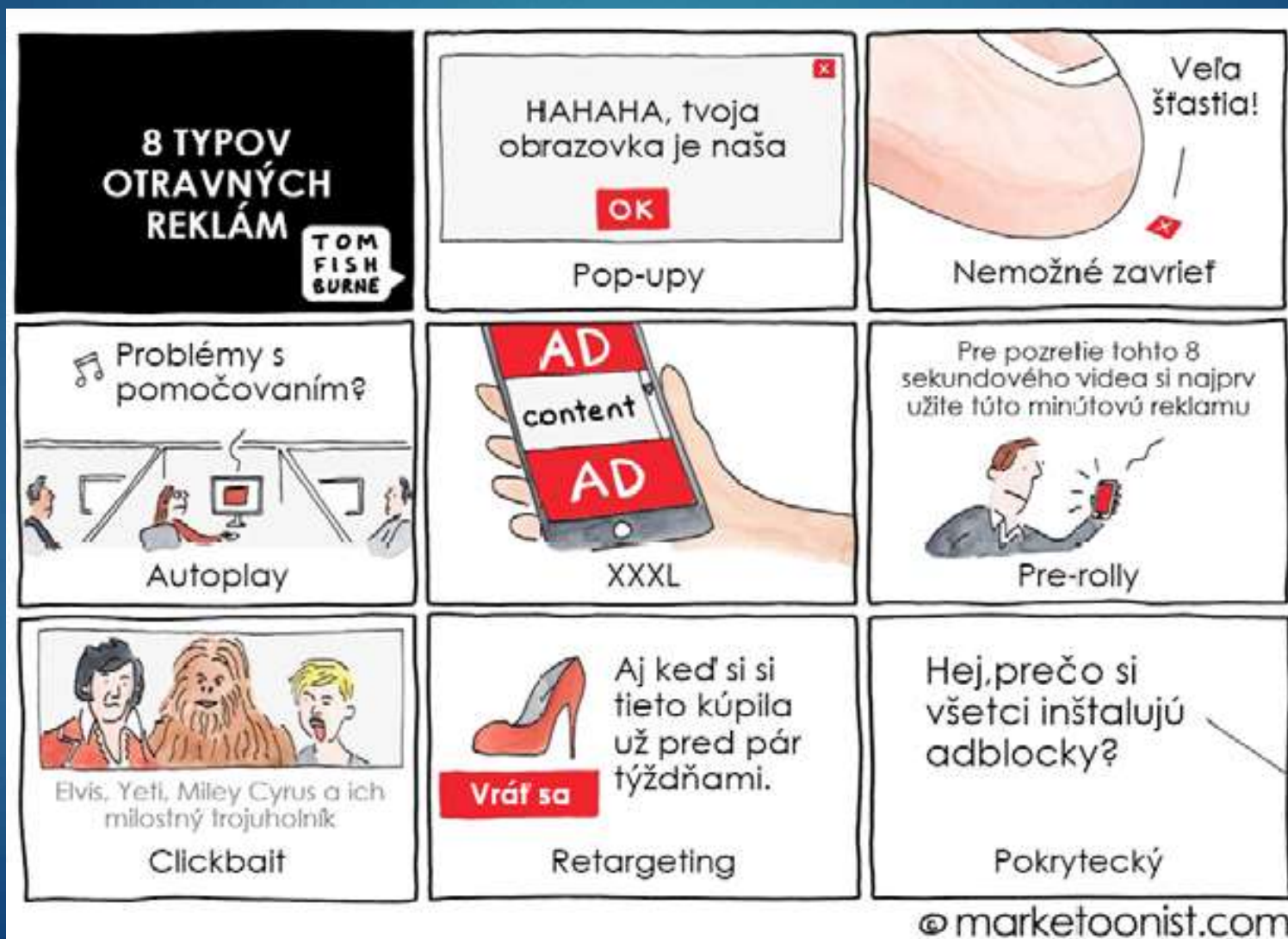
- Mobily predbehli v požívanosti internetu klasické počítače vo svete už v roku 2016, na Slovensku v 2017
- potreba osloviť efektívne používateľov na zariadeniach, ktoré majú podstatne menšiu obrazovku a teda aj podstatne menší priestor na marketingovú komunikáciu
- V prípade natívnej reklamy sa zobrazenie formátu vždy prispôsobuje cieľovému zariadeniu
- Je teda vhodným nástrojom pre vydavateľov aj inzerentov ako získať používateľovu pozornosť prirodzenou formou



Výhody natívnej reklamy

52

- Je prispôbená mobilom



Výhody natívnej reklamy

53

- **Obsah ponúka možnosť vybudovať si vzťah so svojou cieľovou skupinou**
 - Online používatelia očakávajú obsah, ktorý pomáha vyriešiť ich problémy a potreby, prináša hodnotu a je prispôsobený ich záujmom
 - až 82% používateľov vníma značku lepšie a 70% má k nej bližší vzťah po tom, čo si o nej prečítalo pekný článok (1)
 - 70% ľudí sa chce dozvedieť o značke a jej produktoch cez obsah (2)



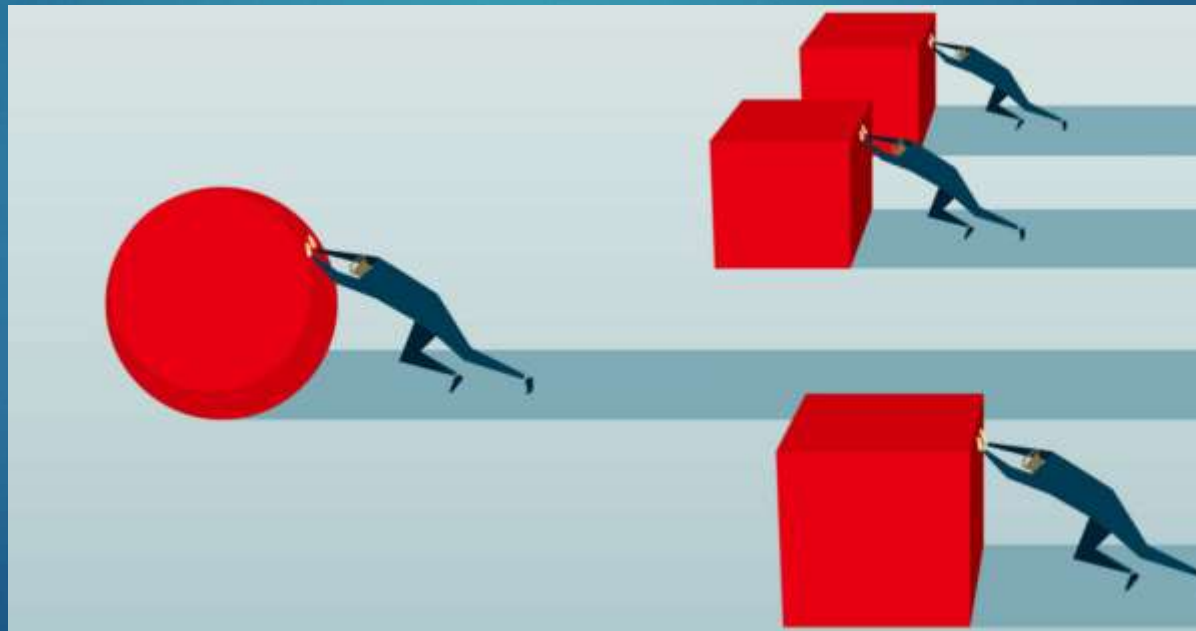
(1) <https://www.demandmetric.com/content/content-marketing-infographic>

(2) <https://www.inc.com/laura-montini/infographic/the-shift-to-native-advertising-in-marketing.html>

Výhody natívnej reklamy

54

- ▶ **Obsah je efektívnejší ako platené vyhľadávanie**
 - ▶ obsahový marketing môže generovať až 3x vyššiu návratnosť investícií oproti klasickému platenému vyhľadávaniu (1)
 - ▶ model funguje až vtedy, keď ho **vydržíte používať dlhodobo**
 - ▶ nestačí jeden dobrý článok na húfne objednávky



(1) <https://blogs.oracle.com/marketingcloud/whats-the-real-roi-of-content-marketing>

Výhody natívnej reklamy

55



(1) <https://www.oracle.com/webfolder/mediaeloqua/documents/Content+Marketing+Kapost+Eloqua+ebook.pdf>

Výhody natívnej reklamy

56

► Ľudia kvalitný obsah milujú

- Reklama ústnym podaním, tzv. word-of-mouth, patrí k tým najefektívnejším formám marketingu
- V dobe sociálnych sietí ju predstavuje kliknutie na tlačidlo “Odporučiť” alebo “Páči sa mi”
- Pri výbornom článku je bežné, že ho čitatelia chcú ďalej šíriť
- Ak plní svoj účel, nevadí, že je jeho tvorba financovaná z marketingového rozpočtu klienta



(1) <https://blogs.oracle.com/marketingcloud/whats-the-real-roi-of-content-marketing>

Výhody natívnej reklamy

57

► Kvíz

- bol reklamou na internetové kníhkupectvo
- mal viac ako 1200 zdieľaní čitateľmi
- používatelia tak sami vygenerovali tisíce ďalších čítaní
- Tento článok sme vám priniesli v spolupráci s odborníkmi na e-knihy www.skvelo.sk



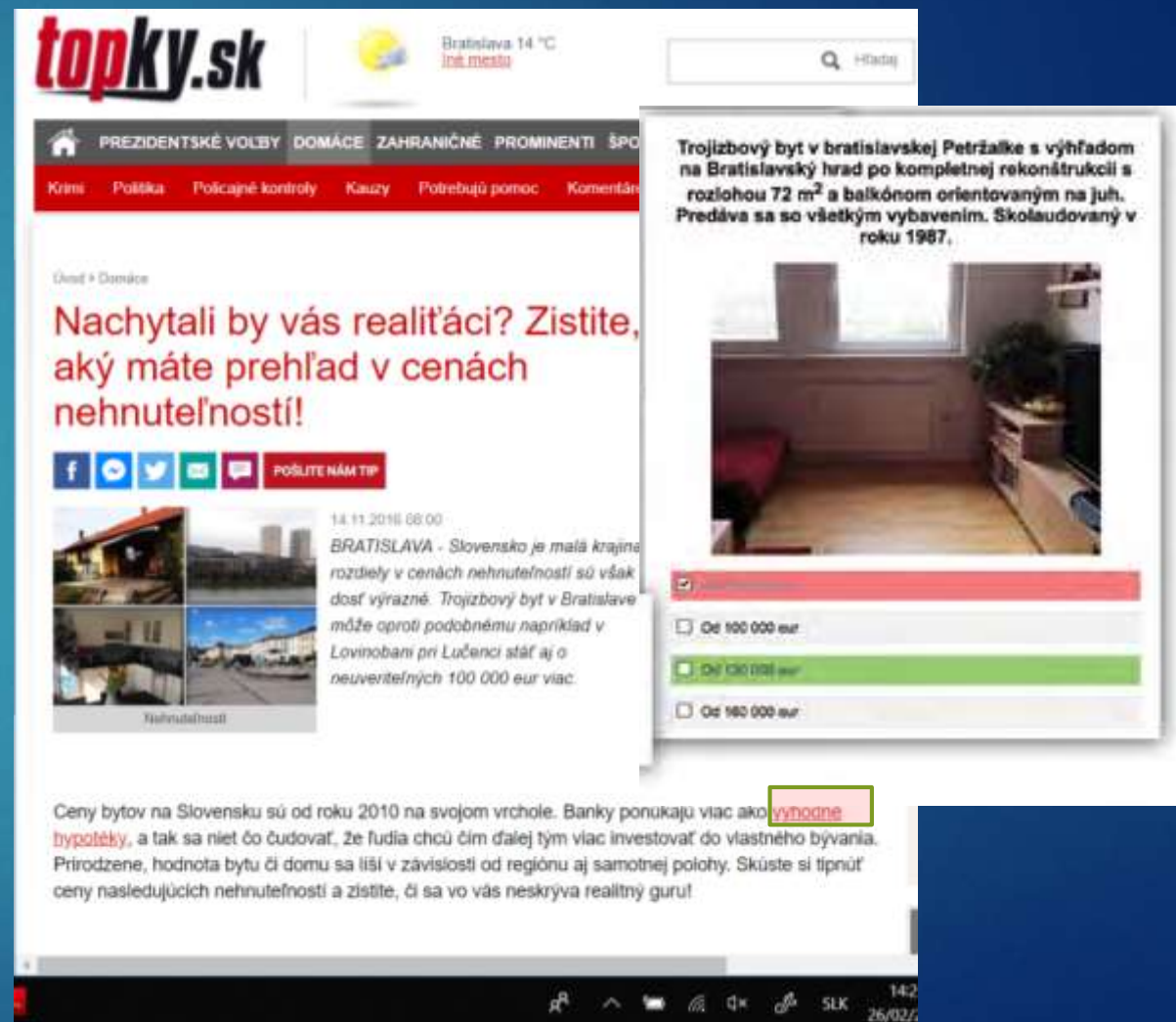
(1) <https://www.topky.sk/cl/10/1585325/Myslite-si--ze-ovladate-slovincinu--15-otazok--ktore-vas-poriadne-preveria>

Výhody natívnej reklamy

58

► Umožňuje aktívne pracovať s publikom

- Obsah viet má používateľov vtiahnuť do deja, motivovať ich k akcii, alebo si vypýtať spätnú väzbu
- Pod príspevkom diskutovať v komentároch, môžu sa zapojiť do rozličných súťaží, vyjadriť svoj názor v kvízoch, ponúknuť ďalší obsah, posilať vám fotky atď.
- Používateľ tak už nie je len pasívnym konzumentom, aktívne sa zapája, komunikuje so značkou, vytvára obsah a pomáha budovať komunitu
- Natívny obsah môže mať aj formu interaktívnych kvízov. V závislosti od správnych odpovedí môžete čitateľom personalizovať výsledné odporúčania.



(1) <https://www.topky.sk/cl/10/1582853/Nachytali-by-vas-realitaci--Zistite--aky-mate-prehľad-v-cenach-nehnutelnosti->

Výhody natívnej reklamy

59


► Prináša organickú návštevnosť

- Kvalitný obsah sa ľuďom páči, dlho ho konzumujú, pravidelne sa vracajú, odporúčajú ho svojim kamarátom a známym
- Algoritmy všetko toto správanie merajú a vyhodnocujú
- A vďaka nim tak môže inzerent získať dodatočnú návštevnosť zo sociálnych sietí alebo vyhľadávačov
- Natívny článok na Refresher.sk pre odevnú spoločnosť predávajúcu pánske spoločenské oblečenie má tak kvalitný obsah, že na Googli je **teraz „len,, na 2. mieste** na spojenie “oblek na stužkovú” -v r. 2019 (v r. 2020 na 7).

Google oblek na stužkovú

Oblek na stužkovú: Ako si vybrať ten pravý? | OZETA
<https://www.ozeta.sk> › Objavuj › Fashion blog ▼ Translate this page
Nov 15, 2018 - **Oblek na stužkovú** je pre mnohých dospelujúcich mužov vôbec prvým serióznym oblekom, ktorý si v živote zaobstarajú a zároveň dosť možno ...

Images for oblek na stužkovú



→ More images for oblek na stužkovú Report images

Ako vybrať oblek na stužkovú bez faux pas? (Kvíz) | REFRESHER.SK
[https://refresher.sk/46798-Ako-vybrat-oblek-na-stuzkovu-bez-faux...](https://refresher.sk/46798-Ako-vybrat-oblek-na-stuzkovu-bez-faux-pas) ▼ Translate this page
Sep 21, 2017 - Svoj prvý **oblek** si v dnešnej dobe kupuje väčšina mužov, až keď je to nevyhnutné a keďže so začiatkom školského roka sa nám blíži aj obdobie ...

Najväčšie faily pri výbere obleku na stužkovú | JUSTIN PAUKIN
justinpaukin.sk › Pánske obleky blog ▼ Translate this page
Jan 15, 2019 - Tipy a triky ako si správne vybrať a obliecť pánsky **oblek na stužkovú**. Na predajni v Žiline ti poradíme a navyše zabezpečíme aj úpravy na ...

Stužková - je nutné mať oblek? - Modrý koník
<https://www.modrykonik.sk> › Diskusie › Voľné diskusie ▼ Translate this page
Sep 12, 2018 - Ahojte chcem sa spýtať na **oblek** pre chlapca. Stále musia byť na **stuzkovu** klasické **obleky**? Alebo môže byť nejake moderné sako s koselou a ...

Výhody natívnej reklamy

60

- Po dopísaní predchádzajúceho slajdu mi na FB vyskočila reklama na článok o mužoch a úrovni – obleky Otto Berg

**OTTO BERG**
Sponzorované · 

Súčasťou džentlmena nie je len vkusné oblečenie a vybrané správanie, ale aj niekoľko zručností, ktoré sú medzi súčasnými mužmi stále zriedkavejšie a ich ovládanie vás v očiach iných posunie o niekoľko levelov dopredu. Týchto 5 zručností je podľa nás absolútnym základom, ktoré by mal jednoducho aspoň na určitej úrovni ovládať prakticky každý muž.



OTTOBERG.SK
5 DOVEDNOSTÍ, KTERÉ BY MĚL OVLÁDAT KAŽDÝ MUŽ NA ÚROVNI :: Ottoberg

   31

6 zdieľaní

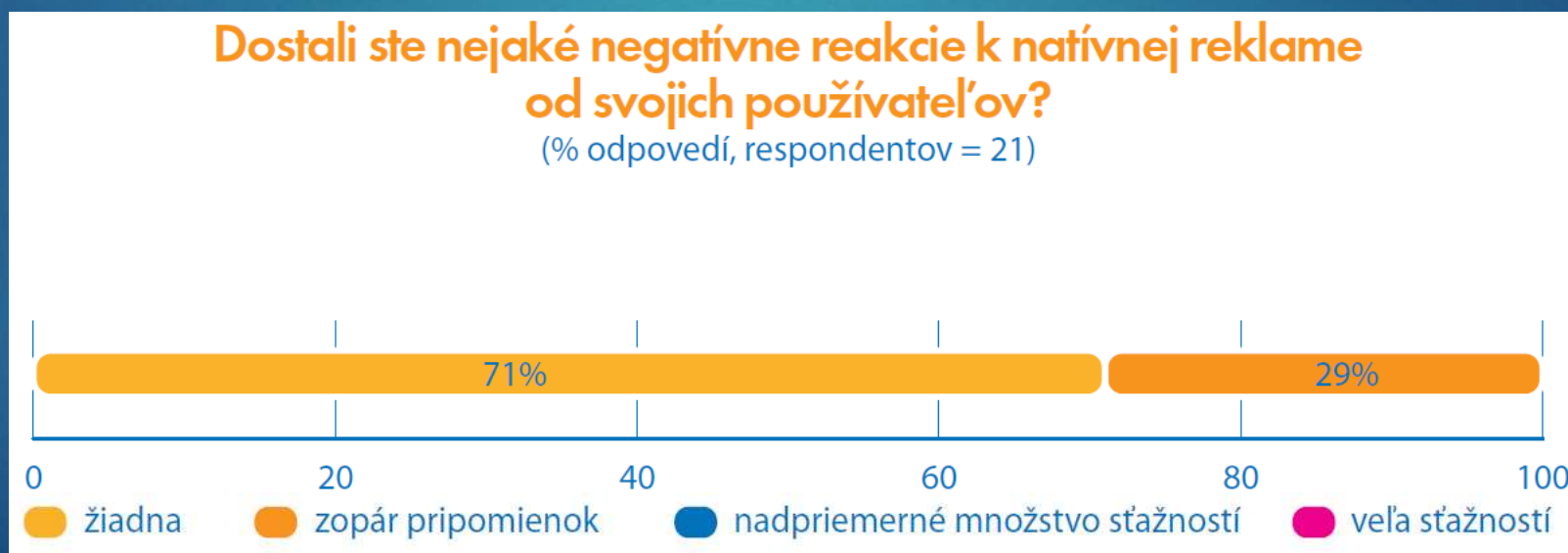
 Páči sa mi to  Komentovať  Zdieľať 

Výhody natívnej reklamy

61

► Natívna reklama ľuďom neprekáža

- Podľa Online Publishers Association (1) K 71% médiá a vydavateľstvá nezaznamenali žiadne pripomienky, 29% dostalo len menšie sťažnosti
- Natívna reklama teda ľuďom neprekáža
- Podstatný je obsah, kto ho píše, je druhoradé, ak je zachovaná kvalita a natívny charakter



(1) <https://www.scribd.com/document/155755696/OPA-Member-Native-Advertising-Public-MASTER>

Ako vyhodnotiť natívnu reklamu

62

- ▶ Skvelý obsah bez zaujatých čitateľov je ako mať michelinského kuchára v reštaurácii bez hostí
- ▶ Treba preto skúmať a hľadať, ktoré vyrobené dielo je kvalitné, robí ľudí spokojných a zároveň nosí firme klientov

- ▶ Ukazovatele

- ▶ **Kvantita**
- ▶ **Kvalita**
- ▶ **Zdieľanie**
- ▶ **Konverzie**

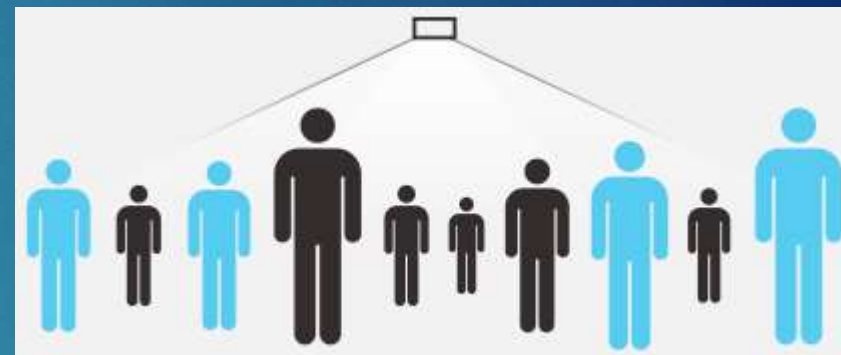


Ako vyhodnotiť natívnu reklamu

Kvantita

63

- ▶ Patria sem všetky metriky a ukazovatele, ktoré poukazujú na kvantitu
- ▶ Koľko ľudí značka svojím obsahom osloví?
 - ▶ množstvo zhliadnutí stránok (page views)
 - ▶ počet prehraní videa
 - ▶ zásah, resp. počet unikátnych používateľov
 - ▶ počet priamych návštevníkov
 - ▶ počet návštevníkov z rozličných zdrojov - zaplatené návštevy, sociálne siete,
 - ▶ vyhľadávače, počet preklikov z newslettera
 - ▶ % preklikovosť (click-through rate) z kampaní
 - ▶ cena za otvorenie, prečítanie článku alebo prehratie videa



Ako vyhodnotiť natívnu reklamu

Kvalita

64

- ▶ Patria sem informácie, ktoré hovoria o zainteresovanosti - teda či obsah, ktorý značka produkuje, ľudí naozaj zaujal
- ▶ Nebol to len chytľavý titulok a sklamaný užívateľ po pár sekundách odišiel?
 - ▶ priemerný čas strávený na stránke (average time on site)
 - ▶ priemerná dĺžka čítania článku (average time on page)
 - ▶ kam v článku sa používateľ dočítal (scroll depth, heatmapa)
 - ▶ miera okamžitých odchodov (bounce rate)
 - ▶ počet stránok na jednu návštevu (pages per visit)
 - ▶ počet ľudí prihlásených do newslettera
 - ▶ počet ľudí zapojených do súťaže
 - ▶ počet komentárov
 - ▶ počet klikov na stránku či call-to-action tlačidlo



Ako vyhodnotiť natívnu reklamu

Zdieľanie

65

- ▶ Najefektívnejšia forma marketingu je tá, keď používatelia sami propagujú svoju milovanú značku, tzv. word-of-mouth.
- ▶ V dobe sociálnych sietí sa toto zmenilo na používanie tlačidiel na zdieľanie a ich alternatívy.
 - ▶ počet lajkov a zdieľaní na sociálnych sieťach
 - ▶ počet spätných liniek a odkazujúcich domén
 - ▶ počet iných zmienení (v médiách, blogoch, na sociálnych sieťach)



Ako vyhodnotiť natívnu reklamu

Konverzie

66

- ▶ Posledným krokom je meranie vyjadrujúce schopnosť premeniť náhodných okoloidúcich v lojálnych zákazníkov
- ▶ Vyhodnocuje sa investícia do obsahového marketingu, či sa splnili finančné očakávania.
 - ▶ počet nových vygenerovaných obchodných príležitostí (leadov)
 - ▶ počet reaktivovaných zákazníkov
 - ▶ príjmy z vzniknutých obchodných príležitostí
 - ▶ ušetrené náklady
 - ▶ výnos a náklad na obchodnú príležitosť
 - ▶ návratnosť investície (ROI)
 - ▶ zlepšenie retencie



Označovanie natívnej reklamy

67

- ▶ Dôvody
 - ▶ Médium sa správa zodpovedne a tým posilňuje svoj vzťah s návštevníkmi
 - ▶ Tí budú schopní rozlíšiť redakčný obsah od zaplateného textu či videa
 - ▶ Naopak, neoznačovaním sa môže médium stať nedôveryhodným.
- ▶ Inzerent posilňuje dôveryhodnosť, transparentnosť a hodnoty svojej značky
- ▶ Špeciálne v dobe falošných správ je toto významným benefitom pre firmy
- ▶ Ak je obsah kvalitný, označenie je len ďalšia pridaná hodnota pre inzerenta, keďže používatelia si tvoria asociácie či rovno vzťah s jeho tvorcom



Označovanie natívnej reklamy

68

► Dôvody

- Spolupráce s kvalitnými inzerentmi sú tiež prospešné pre médium, podporujú celkový dojem kvality u čitateľov
- Ak médium či inzerent obsah neoznačí, lebo sa zaň hanbí, pravdepodobne by vôbec nemalo prísť k uverejneniu takejto reklamy
- Strata dôveryhodnosti médií či inzerentov následne vedie k vzniku konšpiračných teórií a falošných správ.



Označovanie natívnej reklamy

69

- Médiá a inzerenti často používajú rozličné označenia



Označovanie natívnej reklamy

70

► Inzercia, Reklama, PR článok, Tlačová správa

- Obsah je platený a dodaný zo strany inzerenta
- Okrem schválenia je bez vstupu redakcie, média, či platformy.



Označovanie natívnej reklamy

71

► Sponzorovaný obsah, Advertoriál

- Obsah je vytvorený na základe zadania a cieľov inzerenta, avšak redakciou
 - Redakcia má teda vplyv na obsah článku
 - Jeho výslednú podobu schvaľuje inzerent
-
- Sponzorovaný obsah ako súčasť natívnej kampane na limitovanú kolekciu známej odevnej značky.
 - Komunikácia bola tak úspešná, že sa všetko vypredalo za jedno dopoludnie

Správy Vrecha AhojMama Magazín Blog Avizo Relax Nákupy Klub TV Pravda

Žena • Pravda

Zdravý život Sex a vzťahy Krása a móda Ľudia Kariéra Rodina Jedlo Nápady Magazín MIA

Jeseň plná kvetín a luxusu Erdem. Zuby si brúsi Müllerová aj Luberdová

ADteam (sponzorovaný obsah) 30.10.2017 09:00 Uložiť na Facebook Pač sa mŕ fo 188

Stalo sa už tradíciou, že sa prvý novembrový týždeň nesie v znamení spojenia luxusnej dizajnovej módy s odevnou značkou, ktoré sú dostupné aj masovému konzumentovi. Kolekcia ide na dračku, pred obchodmi po celom svete čakajú davy.



Atmosfera na predstavení kolekcie Erdem x H&M v Bratislave. (Kliknutím na obrázok zvášči, otvorí v novom okne) Autor: Welin Nagyová

Presne toto spojenie už roky prináša švédka značka H&M, ktorá počas dlhoročnej histórie projektu oslovila mená ako Versace, Karl Lagerfeld, Balmain či minulý rok Kenzo. Najnovším prírastkom je dizajnér ukrývajúci sa pod piatimi písmenami – menom Erdem.

Reč je o turecko-kanadskom rodákovi Erdemovi Morialoglu, ktorý je vo svete

NAČÍTANEJŠIE 3 dni 7 dni

- 12 najlepších líčení a účesov z Oscarov 2019: Tieto dámy to dali...
- Čo nekonzumovať na prázdnny žalúdok
- Zemiaková hostina
- Štyri tipy na sexuálne radovánky, ktoré si môžete užít už dnes...
- Sedem mýtov o ovulácii, ktorým ste pravdepodobne verili
- Hľadáte nielen chlapi, ale spríaznenú dušu? Toto sú tri zaručené...
- 9 najväčších fešákov oscarového večera: Vyberte v ankete vášho...

Na tomto mieste sa bežne zobrazuje platená reklama, ktorej môžete čítať obsah zadarmo.

Podporíte nás pridaním Pravda.sk medzi výmenníky (whitelists).

HOROSKOP UTOROK

Kozorožec
22.12. - 20.1.

- + Ste pánom svojho času, aj napriek tomu si ho neviete nájsť na cvičenie.
- € Nehrajte sa na niečo čo nie ste....

Váhy
24.9. - 23.10.

- + Prestaňte s fajčením, a to okamžite, vážne to zasahuje do vášho zdravia.
- € Neprekrúčajte slová vášho...

VŠETKY ZNAMENIA

Označovanie natívnej reklamy

72

► V spolupráci s ...

- Obsah je vytvorený redakciou média, blogerom či influencerom, na podnet redakcie/redaktorov
- Inzerent využíva článok na zviditeľnenie seba, svojej značky, keďže sa mu hodí tematicky
- Inzerent nemá vplyv a kontrolu nad obsahom

- Článok s tipmi na výlet po Košiciach
- Redakcia ho napísala sama a inzerent, Visit Košice, do neho obsahovo nerobil akékoľvek zásahy



<https://fici.sme.sk/c/20073370/trasy-tipy-kosice.html>

Označovanie natívnej reklamy

73

- ▶ Bežným čitateľom však často nemusí byť jasný presný význam slov ako “Advertoriál”, “PR článok” či “Sponzorovaný obsah”, ani rozdiel medzi jednotlivými pomenovaniami.
- ▶ Odporúča sa, aby v blízkosti označenia natívnej reklamy bol tiež sprievodný informačný text, ktorý by doplnil informácie o takomto druhu inzercie a jej zadávateľovi.
- ▶ Alternatívou je tiež prelinkovanie označenia na článok, kde je detailnejší rozpis informácií o natívnej reklame a jej formách

Tento článok a hypotéku online vám prináša ČSOB.

Pravidlá pre spoluprácu medzi inzerentmi a redakciou si môžete pozrieť [na tomto odkaze](#).

Zaujímavosti z internetu

OTO HAFFNER

ELEKTRONICKÝ MARKETING | PREDNÁŠKA 2


Zaujímavosti

75



Zaujímavosti


76




Audi Slovensko
@AudiSlovensko

- Domov
- Informácie
- Fotky
- Instagram
- Videá
- Príspevky
- Podujatia
- Poznámky
- Komunita
- Instagram

👍 Páči sa mi to 🔔 Sledovať ➦ Zdieľať ⋮

 **Audi Slovensko** 😊 sa cíti šťastne.
11 h · 🌐

Máme skutočnú súťaž pre fanúšikov Audi Slovensko – a výhra v nej je skutočná tiež. Stačí, ak nám do komentára pod týmto príspevkom pošlete screenshot toho, ako označujete stránku <https://www.facebook.com/Audi-SVK-224762424905321/> ako falošnú/scam, a ste v hre o Audi A7 Sportback na víkend. Bojujme spoločne proti hoaxom!

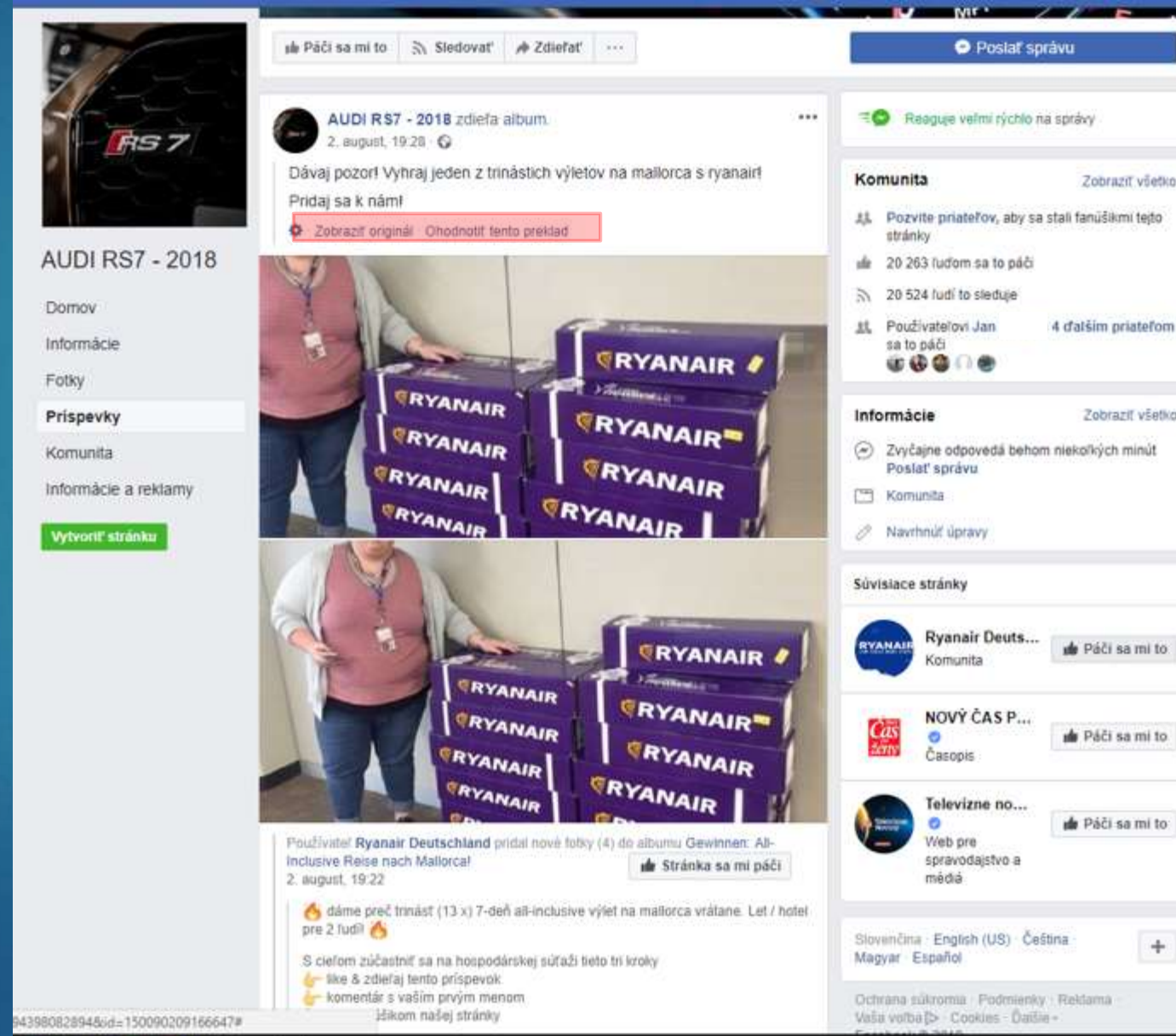


👍❤️🔥 874 1,1 tis. komentárov · 223 zdieľaní

Zaujímavosti

77

- Pôvod z Nemecka
- Preložený príspevok



The screenshot shows a Facebook page for 'AUDI RS7 - 2018'. The post, dated August 2, 2019, at 19:28, is in Slovak and announces a contest where users can win a trip to Mallorca by liking and sharing the post. The post includes a photo of a woman standing next to several large purple boxes with the Ryanair logo. The page layout includes a left sidebar with navigation links (Domov, Informácie, Fotky, Príspevky, Komunita, Informácie a reklamy) and a right sidebar with community and information sections. The bottom of the page shows a translation of the post into English.

AUDI RS7 - 2018

Domov
Informácie
Fotky
Príspevky
Komunita
Informácie a reklamy

Vytvoriť stránku

Páči sa mi to · Sledovať · Zdieľať · ...

Poslať správu

Reaguje veľmi rýchlo na správy

Komunita · Zobrazíť všetko

Pozvite priateľov, aby sa stali fanúškami tejto stránky

20 263 ľuďom sa to páči

20 524 ľudí to sleduje

Používateľovi Jan sa to páči · 4 ďalším priateľom sa to páči

Informácie · Zobrazíť všetko

Zvyčajne odpovedá behom niekoľkých minút · Poslať správu

Komunita

Navrhnuť úpravy

Súvisiace stránky

Ryanair Deuts... · Komunita · Páči sa mi to

NOVÝ ČAS P... · Časopis · Páči sa mi to

Televízne no... · Web pre spravodajstvo a médiá · Páči sa mi to

Slovenčina · English (US) · Čeština · Magyar · Español

Ochrana súkromia · Podmienky · Reklama · Vaša voľba · Cookies · Ďalšie

Používateľ Ryanair Deutschland pridal nové fotky (4) do albumu Gewinnen: All-Inclusive Reise nach Mallorca! 2. august, 19:22

Stránka sa mi páči

dáme preč trinásť (13 x) 7-deň all-inclusive výlet na mallorca vrátane. Let / hotel pre 2 ľudí

S cieľom zúčastniť sa na hospodárskej súťaži tieto tri kroky


- like & zdieľať tento príspevok
- komentár s vaším prvým menom
- lajkom našej stránky

94398082894&id=150090209166647#

Zaujímavosti

78

► Pred



Auto dopinky
@autovychytavky

Domov

Prispevky

Fotky

Informácie

Komunita

Informácie a reklamy

Vytvoriť stránku

Páči sa mi to · Sledovať · Zdieľať · ...

Používateľ **Auto dopinky** pridal nové fotky (3) do albumu **Vyhrajte jeden z piatich RV Camper Van** 🔥

20 h · 🌐

🔥🚐 Na naše narodeniny sme sa rozhodli, že Vám dáme darček! 5 fanúšikov ktorí budú mať najväčšie šťastie vyhrajú jednu z piatich RV camper vaní! 🔥




Je to také ľahké:

- 👉 páči sa mi to a zdieľať tento príspevok
- 👉 komentár v ktorom označíte priateľa
- 👉 buď fanúšikom našej stránky Auto dopinky

Súťaž na našej stránke trvá do nedele 02.09.2018, 20 hod.

Všetky podmienky sú povinné. Ak Vás vyžrebujeme a nespínite všetky kroky, žrebujeme ďalej!

Veľa šťastia! 🍀



🔥 Vyhrajte jeden z piatich RV Camper Van 🔥

3 fotky

Poslať správu

Komunita · Zobrazíť všetko

👤 Pozvite priateľov, aby sa stali fanúšikmi tejto stránky

👍 4 440 ľuďom sa to páči

👤 4 459 ľudí to sleduje

👤 Používateľovi : sa to páči

Informácie · Zobrazíť všetko

📧 Poslať správu

📁 Automobily


🔧 Navrhnuť úpravy

Slovenčina · English (US) · Čeština · Magyar · Español

Ochrana súkromia · Podmienky · Reklama · Vaša voľba · Cookies · Viac · Facebook © 2018

Zaujímavosti

- Po 1 dni
- Príspevok zmizol



Auto doplnky
@autovychytavky


Domov

Informácie

Fotky

Komunita

Informácie a reklamy



👍 Páči sa mi to 🔔 Sledovať ➦ Zdieľať ...

✉️ Poslať správu

Komunita [Zobrazíť všetko](#)

👤 Pozvite priateľov, aby sa stali fanúšikmi tejto stránky

👍 13 195 ľuďom sa to páči

🔔 13 252 ľudí to sleduje

👤 Používatelia Sonicka / ďalším priateľom sa to páči 16


Informácie [Zobrazíť všetko](#)

🗨 Zvyčajne odpovedá do jednej hodiny
[Poslať správu](#)


📁 Automotily · Predaj automobilov

✎ Navrhnuť úpravy

Súvisiace stránky



Heřenine Oči (...)
Hudobníci/Kapela [👍 Páči sa mi to](#)



Hotel Partizán ...
Hotelný rezort [👍 Páči sa mi to](#)

Zaujímavosti

80

- Kreatívne využitie spoločenského diania

REGÁL, DO KTORÉHO ZMESTÍTE VŠETKY ZDROJE PRE VAŠU RIGORÓZKU



MÖBELIX

Möbelix Slovensko
Stránka sa mi páči · 14 h · Upravené ·

Niektorí z nás potrebujú literatúry viac, iní menej. 😊
Každopádne, regál Living vám doma poslúži ako výborný odkladací priestor, v ktorom si policu môžete nastaviť podľa vašich predstáv.
Regál nájdete na: <https://bit.ly/2zcro6l>

1,2 tis. · 38 komentárov · 430 zdieľaní

Páči sa mi to · Komentovať · Zdieľať ·

Najstaršie ▾

Zobrazíť 32 ďalších komentárov

Jaroslav Jaroslav trápne... Haha..... už je to
Páči sa mi to · Odpovedať · 2 h
1 odpoveď

Jaroslav Jaroslav Ďalšia absolutka...
Páči sa mi to · Odpovedať · 2 h
4 odpovede · 25 min

Ľudovít Ľudovít Dufam ze Kapitan PLG Danko nezavedie dan s nabytku.
Páči sa mi to · Odpovedať · 2 h

Bohuš Bohuš Nobelovu cenu za reklamu!
Páči sa mi to · Odpovedať · 58 min

Patrik I Patrik I Ľ Petka
Páči sa mi to · Odpovedať · 52 min

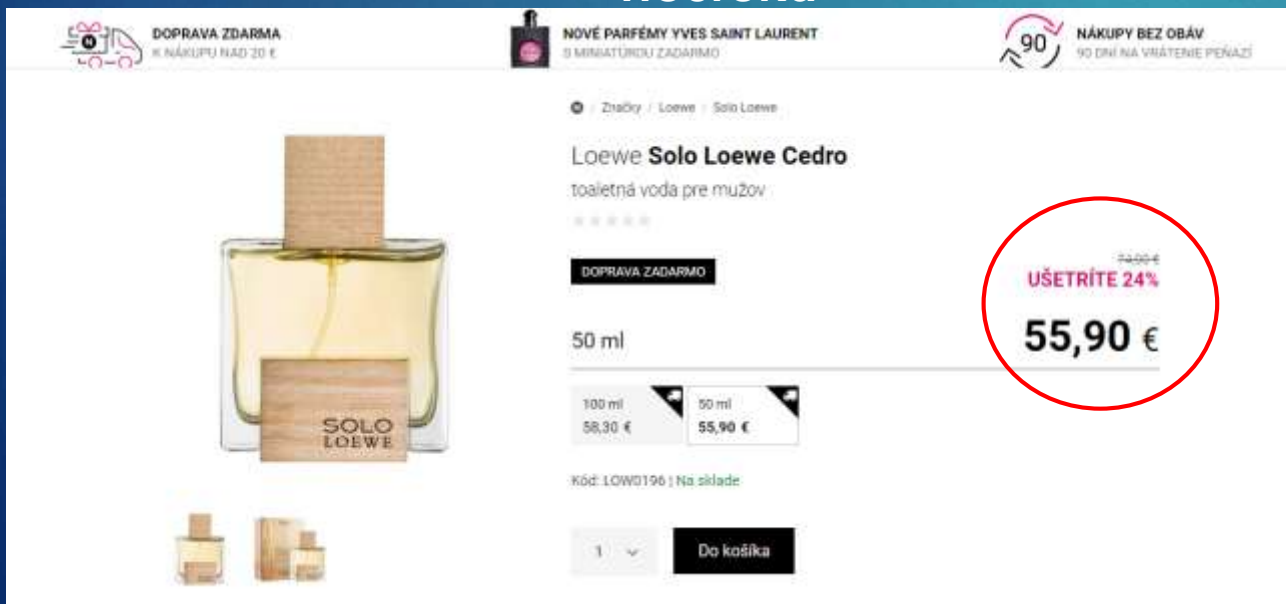
Napíšte komentár...

Zaujímavosti

81

- ▶ Notino pri niektorých produktoch, ak pridáte človeka na produkt z heureka a ak nie.
- ▶ Mall kedysi menil cenu cez parametre v URL (Heureka lacnejšia cena, PPC drahšia)
- ▶ V tomto prípade je rozdiel v cene takmer 300 CZK (čo nie je málo)

Heureka



DOPRAVA ZDARMA
K NÁKUPU NAD 20 €

NÓVÉ PARFÉMY YVES SAINT LAURENT
S MINIATÚROU ZADARMO

90
NÁKUPY BEZ OBÁV
90 DŇÍ NA VRÁTENIE PEŇAZÍ

Značky / Loewe / Solo Loewe

Loewe **Solo Loewe Cedro**
toaletná voda pre mužov

DOPRAVA ZADARMO

50 ml

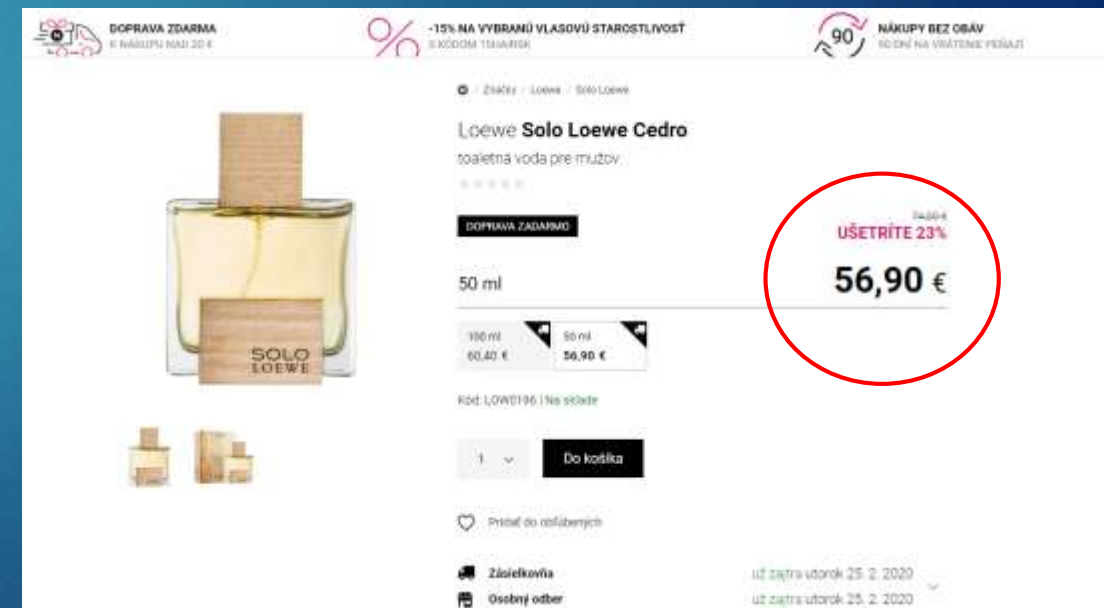
100 ml 58,30 € 50 ml 55,90 €

Kód: LOW0196 | Na sklade

1 Do košíka

UŠETRÍTE 24%
73,00 €
55,90 €

Priamo cez web



DOPRAVA ZDARMA
K NÁKUPU NAD 20 €

15% NA VYBRANÚ VLASOVÚ STAROSTLIVOSŤ
S KÓDOM 15HAUTOK

90
NÁKUPY BEZ OBÁV
90 DŇÍ NA VRÁTENIE PEŇAZÍ

Značky / Loewe / Solo Loewe

Loewe **Solo Loewe Cedro**
toaletná voda pre mužov

DOPRAVA ZADARMO

50 ml

100 ml 60,40 € 50 ml 56,90 €

Kód: LOW0196 | Na sklade

1 Do košíka

UŠETRÍTE 23%
73,00 €
56,90 €

Príloha do obľúbených

Získajte
Osobný oster

už začiatok 25. 2. 2020
už začiatok 25. 2. 2020

Zaujímavosti

- ▶ Virál od VW
- ▶ 33 mil. vzhliadnutí

https://youtu.be/_C_nHOQWVM?t=25



Užitočné zdroje

83

- ▶ <https://visibility.sk/e-booky/>
- ▶ <https://www.dimaq.sk/dimaq-akademia/>
- ▶ <https://prirucka.iabslovakia.sk/>
- ▶ <https://www.iabslovakia.sk/vzdelavanie/slovnik-internetovej-reklamy/>
- ▶ <http://podnikaj.online/e-booky/>
- ▶ <https://www.podnikajte.sk/marketing>
- ▶ <https://marketeris.sk/>

- ▶ **TEST na DIMAQ**
- ▶ https://www.classmarker.com/online-test/start/?quiz=vja5bf574ee5df6d&cf_id=551