



## **Přednáška 9**

# **MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE 2**

*doc. Ing. Šárka Velčovská, Ph.D.*

# 9

## **Marketingová komunikace 2 - osnova:**

**➔ Trendy v marketingové komunikaci**

# TRENDY V MARKETINGOVÉ KOMUNIKACI

- **Omnichannel marketing**
- **Guerilla marketing**
- **Astroturfing**
- **Infiltration marketing**
- **Branding**
- **Event marketing**
- **Marketing vytvářený spotřebitelem**
- **Product placement**
- **Mobilní marketing**
- **Videomarketing**
- **Využití sociálních sítí**
- **Influencer marketing**
- **Celebrity branding**
- **Behaviorální marketing**
- **Remarketing**
- **Google Analytics 4**
- **Umělá inteligence, chatboti, automatizace**
- **Rozšířená a virtuální realita, metaverzum**

# Omnichannel marketing

- zaměřuje se na komunikaci se zákazníkem jako na jeden komplexní a konzistentní zážitek, který se odehrává na více kanálech současně

# Guerilla marketing

- využívá nekonvenčních cest k upoutání pozornosti potenciálních zákazníků, a to s nízkými náklady, někdy až na hranici legálnosti

Pod guerilla marketing se řadí:

- ✓ *buzz marketing*
- ✓ *ambush marketing*
- ✓ *ambient marketing*
- ✓ *virální marketing*

## ***Buzz marketing***

- vyvolání rozruchu, bzukotu, hukotu (tzv. buzz) okolo určité značky (produktu, společnosti, akce)

## ***Ambush marketing (parazitování)***

- škodný, příživnický, popř. neférový marketing

## ***Ambient marketing***

- využívá alternativní média, většinou OOH (Out of Home) reklamní nosiče, které se od standardních liší svou originalitou i umístěním

## ***Virální marketing***

- sází na zajímavý obsah (*obrázek, video, aplikace*), který vyvolá tzv. lavinový efekt (šíření, sdílení v online prostředí)

## **Astroturfing**

- Najaté osoby (popř. marketingový pracovník firmy) se snaží ovlivňovat veřejné mínění v rámci diskusí na internetu a na sociálních sítích.
- neetické

## **Infiltration marketing**

- marketingová taktika spočívající v infiltraci do určitých komunit
- je jednou z praktik astroturfingu

# Branding

- Klíčem komunikace není zákazníky o značce pouze informovat, ale vytvářet mezi značkou a zákazníky emocionální pouto.

# Event marketing

- zážitkový marketing (experience marketing)
- aktivity, prostřednictvím kterých firma své cílové skupině zprostředkovává emocionální zážitky spojené se značkou
- cílem je formou nevšedního zážitku prohloubit vztahy s klíčovými subjekty



## **Marketing vytvářený spotřebitelem**

- tvorba reklamy a jejího obsahu samotným spotřebitelem
- zapojení cílových skupin spotřebitelů do tvorby produktu

## **Product placement**

- placené umístění výrobku či značky za účelem propagace v audiovizuálním díle, tj. v televizi, ve filmu, videohrách, knihách nebo hudbě
  - ✓ *aktivní*
  - ✓ *pasivní*

## **Mobilní marketing**

- marketing využívající mobilní zařízení pro rychlou a interaktivní komunikaci se zákazníkem
- speciální stránky upravené pro mobilní telefony, mobilní bannerová reklama, geolokační marketing

## **Videomarketing**

- využití videí k propagaci produktu či značky

## **Využití sociálních sítí**

- pro prezentaci firmy, konkrétní značky, produktu
- využívány jsou i živé videostreamy (představení produktu během jeho používání nebo sestavování).

## **Influencer marketing**

- produkt je prezentován influencerem, nikoli firmou samotnou
- ambasadoři značky

## **Celebrity branding**

- Využití celebrit v marketingové komunikaci vede ke zvýšení rozpoznání značky a zvýšení síly sdělení.
- riziko zastínění značky danou celebritou, riziko skandálů a poškození image značky

## **Behaviorální marketing**

Dvě oblasti behaviorálního marketingu:

- 1) sledování chování uživatele na konkrétním (např. firemním) webu
- 2) efektivní cílení reklamy – sofistikované reklamní systémy (tzv. bt systémy – behavioral targeting)

# Remarketing

- metoda cílení internetové reklamy na uživatele, kteří již někdy v minulosti navštívili zadavatelův web (a nic nekoupili).

# Google Analytics 4

- Google Analytics 4 se přizpůsobuje legislativním omezením ve sběru uživatelských dat. Využívá umělou inteligenci k výpočtu chybějících údajů a k vypracování analytických předpovědí.

# Umělá inteligence, chatboti, automatizace

- využití v obsahovém marketingu
- lze využít i nástroje pro klonování hlasu, vytvořit umělé avatary aj.
- využití k optimalizaci reklamních kampaní
- chatboti

## **Virtuální a rozšířená realita**

- Virtuální realita: uživatel je zcela přesunut do simulovaného interaktivního prostředí
- Rozšířená realita: obohacuje reálný svět o interaktivní virtuální prvky

## **Metaverse (metaverzum)**

- imerzivní digitální svět, ve kterém se lidé pohybují prostřednictvím svých avatarů

**DĚKUJI ZA POZORNOST**

