

Zpráva o činnosti

České marketingové společnosti za I.pololetí 2011

Pro Hlavní výbor ČMS

I. Činnost předsednictva

- předsednictvo se scházelo pravidelně 1 x měsíčně a projednávalo jak zásadní tak operativní otázky chodu společnosti
- hlavními tématy jednání byla účast na doprovodném programu veletrhu Reklama/Polygraf, příprava konference Marketing Trend – jaro 2011, vyhlášení, příprava a realizace soutěže Marketér roku, výsledky hospodaření v roce 2010, spolupráce s partnerskými asociacemi, práce regionálních klubů, analýza členské základny a příprava časopisu.
- Předsednictvo se rovněž věnovalo možnostem prezentace ČMS jak ve vztahu k současným členům, tak potenciálním zájemcům o členství a prezentaci certifikačního programu a certifikovaných odborníků.

II. Konference, semináře, doprovodné akce

Den ČMS na veletrhu Reklama/Polygraf

23. březen 2011 byl na veletrhu věnován aktivitám České marketingové společnosti.

Kulatý stůl

Česká marketingová společnost již tradičně připravila pro doprovodný program veletrhu REKLAMA diskusní panel na téma „**Jak vidí reklamu česká veřejnost a co dál ...???**“ Diskutujícími byli Ing. Jan Binar – generální ředitel McCann Ericsson ; RNDr. Jan Herzmann – generální ředitel Factum Invenio ; Ing. Olga Kopecká – Faktum Invenio ; Ing. Jiří Mikeš – pedagog VŠE
Moderátor: doc. Jitka Vysekalová

11:45 informace o 9.ročníku **Mezinárodního reklamního festivalu „Duhová kulička“**

12:00 proběhl křest knihy „**Chování zákazníka – Jak odkrýt tajemnou „černou skříňku“**“ vydané v nakladatelství Grada Publishing autorů: doc.PhDr. Jitky Vysekalové, Ph.D., ing.Mgr. Olgy Juráškové, Ph.D., ing. Martiny Juřikové, PhDr. Pavly Kotyzové, RNDr.Ivana Tomka, CSc.

12:15 předseda hodnotitelské komise prof. Gustav Tomek slavnostně vyhlásil soutěž Marketér roku 2010, poté následovalo neformální setkání oceněných členů ČMS a setkání členů čestného předsednictva a hodnotitelské komise soutěže ve VIP salonku.

Bezprostředně poté, co o soutěži Marketér roku 2010 informoval účastníky doprovodného programu prof. Ing.Gustav Tomek, DrSc, se sešli na společném zasedání členové čestného předsednictva a hodnotitelské komise. Úvodem je představitelé prezidia České marketingové

společnosti seznámili s přípravou soutěže, jejím průběhem a zjednodušeným způsobem hodnocení přihlášených kandidátů.

ČMS prezentovala svou průběžnou činnost i veletržní aktivity v samostatném stánku u prezentačního prostoru

Marketér roku

V podvečer 11. května proběhlo v Divadelním sále Klubu Lávka na Novotného lávce v Praze slavnostní vyhlášení cen soutěže **Marketér roku 2010**, nad kterou převzal záštitu prof. Philip Kotler, který se stal také prvním čestným markérem vyhlášeným v této soutěži.

Partnery soutěže se staly:

Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace ; ADMAZ ; Asociace komunikačních agentur ; Česká manažerská asociace ; České sdružení pro značkové výrobky ; Český institut pro franchising ; Grada Publishing ; M.I.P.Group ; POPAI ; SIMAR a SOVA ČR.

Mediálními partnery soutěže se stali:

Brands@&Stories ; Český rozhlas ; Direkt ; Fresh Marketing ; Hospodářské noviny ; Liberecké listy ; Marketing Inspirations ; Marketing Journal ; Marketing & komunikace ; Marketing Trend ; MM Portal.cz ; Packaging ; Právo ; Prekon.cz ; Prestige ; Profit ; Prosperita ; Strategie a Výběr.

Sponzory akce byli:

Bohemia Sekt ; COOP ; Corel ; Diskus ; Dynavix ; EURO PACK ; FREEBOARD ; Klub Lávka ; Kofola Holding ; vydavatelství Křížem krážem ; LinguaPlus ; Marienbad ; NICOM ; OKI ; Olympus ; PGM Consulting ; Reda ; Ritter Pen ; Ryor ; Smartdata ; Svaz českých a moravských družstev ; Univerzita T. Bati ve Zlíně ; Vitana ; Wunderman a ZOO Dvůr Králové n/Labem.

V čele čestného předsednictva soutěže, v němž zasedli významní představitelé marketingu ze všech oblastí, stanula prezidentka České marketingové společnosti **doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D.**

Předsedou hodnotitelské komise byl **prof. Ing. Gustav Tomek, DrSc.**, který v úvodu přiblížil přítomným náročnou práci tohoto orgánu a způsob hodnocení jednotlivých kandidátů. Poděkoval jim za aktivní spolupráci a kreativní přístup, které vedly ke spravedlivým výrokům a finálnímu výběru těch nejlepších.

Na titul Marketér roku 2010 bylo nominováno celkem 19 kandidátů, kterým byly předány diplomy, věcné ceny sponzorů soutěže a symboly soutěže – **Malí delfíni**.

Hodnotitelská komise se rozhodla letos udělit **Zvláštní ocenění** - ing. Michalu Vodákovi, Ph.D. – za komplexní a dynamické uplatňování marketingové koncepce v činnosti firmy Seznam.cz.

Zvláštní uznání soutěže Marketér roku získal Mgr. Pavel Brabec, prezident AČRA MK

Za ocenění nejvyšší - titul Marketér roku 2010 - byl vítězi Ing. Jiřímu Rücklovi předán **Velký modrý delfín**.

Výsledky soutěže najdete na www.cms-cma.cz

Závěrem byl vyhlášen nový ročník soutěže **Marketér roku 2011**.

Konference Marketing Trend na téma **Souboj tradičního a nového marketingu**, kterou ČMS pořádala ve spolupráci s Economia, úspěšně proběhla 19. 5. v Kongresovém sále na Novotného lávce s celou řadou zajímavých prezentací. Účastníků bylo méně než na předchozích konferencích, ale přítomní hodnotili konferenci pozitivně. K dobré atmosféře přispěl i polední raut, který byl podáván na terase Klubu Lávka.

První blok s názvem „**Nové směry v marketingové komunikaci – příležitost, hrozba nebo bublina? Prání vs. realita (úvod a hledání souvislostí)**“ byl zahájen **jednatel společnosti Media One/At Media Štěpánem Woldem s příspěvkem „Co manažeři deklarují vs. co říkají reálná čísla“**, v němž nabídl pohled na hlavní myšlenky, jak je používána reklama v TV v porovnání s ostatními médii. Prezentoval marketingový průzkum mezi manažery (300 marketingových manažerů) s cílem zjistit, jak viděli v roce 2007 budoucí marketingový mix v horizontu 3 let. Hodnocení výsledků v roce 2010 ukázalo, že k předpokládanému úpadku efektivity TV reklamy nedošlo.

Další, v pořadí druhá byla prezentace **Martina Fouska, marketingového ředitele ze společnosti Bohemia Sekt**, na téma „**Co nové marketingové trendy znamenají pro tradiční značky**“. Bohemia Sekt patří mezi značky s velmi vysokou spontánní a dotazovací znalostí u koncových zákazníků, dosahující 90-100%. Jako primární média pro reklamu využívají TV a kino, umožňující komunikovat náladu (obraz+hudba), tisk a outdoor/indoor nosiče cílené na impulsivní nákupy. Jako nová využívaná média zmínil Facebook (pro mladší generaci) a mobilní telefon (SMS, geografické cílení), která jim v kampani umožnila komunikovat přímo s koncovým zákazníkem. Zatím zůstává cíl komunikovat v tradičních médiích.

Druhý blok s názvem „**Nově, nebo tradičně? Hlavní je získat pozornost**“ začala prezentace **Pavliny Jandové, senior marketing manažerky ze společnosti E.ON** s titulkem „**Tradiční vs. netradiční komunikace v energetické společnosti E.ON**“. Při srovnání s tradičními způsoby komunikace energetických společností představila přístup pokládající elektřinu a plyn za zboží, které je nutno komunikovat v marketingových kampaních (retenční, akviziční, preventivní a online kampaň) široké cílové skupině. Informovat jaký je produkt, jaký je balíček produktů a jaké jsou doprovodné služby. Značný význam má budování znalosti značky E.ON.

Další prezentace **Michala Bezruče, spoluzakladatele mezinárodně úspěšné taneční školy Dancers4You** s názvem „**Jde to i bez miliónů**“, se týkala nákladově efektivní letákové kampaně a taneční akce společnosti (Vánoční Show, Tancem proti drogám, letní taneční tábory). Taneční studio získalo během své činnosti stovky úspěchů na mezinárodním poli.

Třetí blok „**Efektivní propojení světa on-line a of-line**“ uvedla **Martina Lambert, ředitelka marketingu a komunikace z LBBW Bank CZ** s prezentací na téma „**Hodnocení online kampaní v praxi**“ ve které charakterizovala jako klíčovou metodiku přípravy online kampaní. Pro určení úspěšnosti prvků reklamních kampaní měří Bounce rate, sestavují Black&White list, na jehož základě jsou reklamní prvky znovu použity resp. vyřazeny v dalších kampaních. Dále seznámila s neúspěšnou e-mailovou kampaní za účelem akvizice nových klientů, částečně úspěšnou mobilní kampaní pro hypoteční úvěry a další úspěšnou kampaní podpory prodeje hypotečních úvěrů prostřednictvím internetu a tisku.

Tomáš Čupr ze společnosti Slevomat.cz s příspěvkem „Jak na slevomaty?“ specifikoval obchodní model tohoto nového typu marketingového nástroje. Poukázal na větší přidanou hodnotu velkých serverů.

Třetí prezentace bloku s názvem „**Firemní obsah – Tisk, internet, tablet nebo Facebook?**“ přednesl **Martin Vymětal, obchodní a marketingový ředitel z Boomerang Publishing**. Vtipnou a zábavnou formou nabídl myšlenky zvažující výhody a rizika nových médií (tradiční internet, elektronické magazíny, tablety, sociální sítě) pro firemní časopis. Jako médium v současné době s největším potenciálem vyzdvihl sociální sítě a mezi nimi Facebook držící prvenství v počtu pravidelných čtenářů.

„**Nové technologie, které zvyšují efektivitu marketingu**“ bylo tématem čtvrtého závěrečného bloku. **Vít Šoupal, senior manažer mobilních plateb a mobilního marketingu z T-Mobile** ve

své prezentaci „**Přichází čas skutečně chytrých telefonů? aneb Mobilní telefon jako marketingový nástroj budoucnosti.**“ Hovořil o rostoucím podílu chytrých telefonů s přístupem na internet v populaci ČR (37% z 13,4 mil evidovaných SIM), které nabízejí efektivní cílení, relevanci, interakci, měřitelnost a možnosti bannerové kampaně na mobilním internetu a reklamní MMS s proklikem na internetové stránky. Jako příklad budoucnosti uvedl návštěvu koncertu, kde zákazník automaticky obdrží u brány SMS zprávu s nabídkou prokliku pro okamžité zakoupení vstupenky.

Následovala prezentace **Markéty Viškové, research director ze společnosti Confess Research**, na téma „**Neuro výzkum reklamy po roce na českém trhu**“, ve kterém představila metody Neurotrace a BIONavigator pro neurotestování reklamy (kombinují GSR – odpor kůže, EEG mozku a oční kameru). Při testování sledují hlavně emoční zaujetí tj. schopnost reklamy upoutat pozornost a aktivaci tj. reakce těla. Neurotestování a interpretaci získaných charakteristik demonstrovala na reklamách a případové studii.

Závěrečná prezentace „**Přichází čas, kdy každá firma bude mít CRM? Aneb zkušenosti z reálných nasazení v ČR**“ patřila **Petru Hampejsovi ze společnosti Microsoft**, ve které představil CRM produkt Microsoft Dynamics, u něhož se jim úspěšně daří i napříč ekonomickou krizí zvyšovat tržby. Variantou umožňující využívat jejich produkt také malým a středním firmám je online verze, kde odpadá nutnost pracné instalace na firemním hardwaru. V prezentaci představil marketingové přínosy produktu pro společnosti (aktuální databáze, automatické datové procesy, jednoduchá segmentace, hromadná komunikace, evidence kampaní, reporty, organizace úkolů a další).

III. Certifikace a prolongace

Jarní certifikace se konala dne 24. května 2011.

Titul **Lektor pro marketing** úspěšně obhájil **Daniel Jesenský, MSc., MBA**, managing partner společnosti DAGO A.P.C., s.r.o.

Titul **Marketingový manažer** úspěšně obhájil **Mgr. Václav Novotný**, soukromý marketingový konzultant

Certifikační komise pracovala ve složení - předsedkyně certifikační komise PhDr. Cecílie Klevarová, CSc – ředitelka Berčil Consulting. Dalšími členy komise byli doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D. – prezidentka ČMS a ing. Jiří Mikeš, hostující profesor VŠ

IV. Časopis Marketing a komunikace

Pravidelně vychází časopis Marketing & komunikace. V letošním roce bylo již tradičně 1. číslo zaměřené na Marketingovou komunikaci, druhé číslo bylo zaměřeno na téma Vývojové trendy marketingu, 3. číslo na téma Značka jako nástroj marketingové strategie a 4. číslo již tradičně na téma Marketingový výzkum.

Časopis Marketing & komunikace že představuje trvalý prostředek komunikace mezi Českou marketingovou společností a odbornou marketingovou veřejností. Časopis si po celou dobu vydávání udržuje svůj nekomerční charakter a je možno bez nadsázky říci, že se tak stává, vedle publikování výrazných podnětů pro marketingovou praxi, i významnou platformou pro publikování teoretických poznatků, výsledků z marketingových výzkumů zaměřených nejen na určité marketingové nástroje, ale i obecně na problematiku marketingového managementu. Časopis je od roku 2007 vydáván v nové grafické úpravě a plnobarevné podobě, jeho obsah je na vysoké profesionální úrovni a přispívat do něj mohou nejen členové ČMS, ale i odborníci ze široké marketingové veřejnosti.

Vzdělávání členů ČMS

Vzděláváním zaměstnanců členů České marketingové společnosti k posílení jejich adaptability

Registrační číslo projektu:

CZ.1.04/1.1.06/52.00164

ČMS získala dotaci pro vzdělávání svých členů.

Česká marketingová společnost se stala příjemcem dotace z výzvy č. 52, operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost, jejímž vyhlášovatelem je Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky. Na základě schválení podané žádosti o projekt: **Vzděláváním zaměstnanců členů České marketingové společnosti k posílení jejich adaptability** budeme po dobu tří let organizovat vzdělávací aktivity pro naše členy, kteří se do projektu společně s námi zapojili.

Dne 25. 2. 2011 se konalo jednání hodnotící komise ve věci hodnocení doručených nabídek do výběrového řízení na realizaci projektu pod názvem:

Vzděláváním zaměstnanců členů České marketingové společnosti k posílení jejich adaptability - CZ.1.04/1.1.06/52.00164

Projekt je financován z Evropského Sociálního fondu a státního rozpočtu ČR

Hodnotící komise vybrala pro realizaci zakázky společnost **Tempo Training & Consulting a. s.**

V současné době probíhá školení v jednotlivých firmách a konalo se první evaluační setkání pracovníků vzdělávací agentury, managementu projektu a představitelů ČMS-

V. Ostatní činnosti

Partnerství a odborná garance vzdělávacích akcí a účast členů předsednictva na ostatních odborných akcích

Výzkum „Češi a reklama“ ve spolupráci s ČMS

Společnost Factum Invenio ve spolupráci s Asociací komunikačních agentur (AKA), Českou marketingovou společností (ČMS), Českým sdružením pro značkové výrobky (ČSZV), POPAI CE a Brno International Business School (BIBS) realizovala další vlnu dlouhodobého výzkumu Postoje české veřejnosti k reklamě. Šetření se uskutečnilo v lednu, tisková konference 16. 2. 2011. Výsledky najdete na webových stránkách ČMS.

Česká marketingová společnost se stala opět partnerem soutěže Duhová kulička

Duhová kulička proběhla ve dnech 30.května až 1. června 2011

Duhová kulička se koná pod záštitou Evropské asociace komunikačních agentur (EACA), Evropské asociace rady pro reklamu (EASA) a Stálé komise pro sdělovací prostředky Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky. Dětská porota byla sestavena z žáků zlínských základních škol. Její předsedkyní je již tradičně Jitka Vysekálová (ČMS)

S výsledky soutěže Duhová kulička se můžete seznámit na www.duhovakulicka.cz

ČMS se stala partnerem mezinárodního reklamního festivalu PIAF

VI. Prezentace ČMS

- k prezentaci ČMS je využívána účast na všech partnerských akcích
- v rámci spolupráce s Economia má ČMS v časopise Trend Marketing prostor na jedné straně prezentovat činnost společnosti. Pravidelně jsou uváděny aktivity ČMS i regionálních klubů, spolupráce s ostatními společnostmi a další aktuální dění ve Společnosti
- webové stránky ČMS - jsou pravidelně aktualizovány, jednotlivé části jsou doplněny fotodokumentací

VII. Činnost regionálních klubů

➤ Východní Čechy

doc.Ing. Marcela Kožená, Ph.D.

5.dubna seminář na téma „**Marketingové pojetí konkurenční výhody**“
5.května seminář na téma „**Public Relations v podnikatelské sféře**“

➤ Ostrava

PhDr. Cecílie Klevarová, CSc.

10.března **FRACHISING – Vaše podnikatelská příležitost aneb expanze**
14.dubna **Praktické zkušenosti z podnikání na zahraničních trzích**

➤ Plzeň

Ing. Pavel Novák

V 1.čtvrtletí – klubové setkání na téma „**Management kontinuity činnosti organizace**“
ve spolupráci se ŠKODA VÝZKUM s.r.o.
Na 2.čtvrtletí – plánovaná prezentace marketingových přístupů v Sekt Bohemia a.s.
spojená s exkurzí.

➤ Zlín

doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D.

28.dubna workshop na téma „**Filmový marketing – Nové možnosti využití produkt placementu ve filmu po změně zákona**“

Předpokládané akce ve II.pololetí 2011

Konference **Marketing Trend** – podzim 2011 / **20. ŘÍJNA 2011**

Certifikace – předpokládaný termín **10. listopadu 2011**

Zasedání hlavního výboru ČMS - **7. prosince 2011 ve 14.00 hod.**

Jitka Vysekalová , červen 2011