



# Vianočné reklamy a komunikácia 2024

Panel marketingových profesionálov | Január 2024

# Panel marketingových profesionálov



**Panel marketingových profesionálov** je spoločným projektom platformy **TheMarketers.biz** (MARKETERS s.r.o.) a prieskumnej agentúry **Go4insight**.  
Je určený pre **profesionálov a špecialistov z oblasti marketingu**.

Panel marketérov slúži ako platforma na kontinuálne exkluzívne **prieskumy názorov a postojov** medzi **slovenskými marketérmi** a zadávateľmi reklamy na rôzne témy, primárne z oblasti digitálneho a online marketingu a reklamy na Slovensku.



Prieskumy sú realizované niekoľkokrát do roka a to formou niekoľkých otázok v online dotazníku.

# Dizajn prieskumu



## Téma

Vianočné reklamý  
Zameranie externej komunikácii



## Metodológia

Kvantitatívny prieskum metódou CAWI (online prieskum)



## Cieľová skupina

Marketéri v slovenských spoločnostiach  
Panel marketingových profesionálov



## Veľkosť vzorky

Vzorka: 107 respondentov z Panela marketingových profesionálov



## Realizácia

Január 2024



A decorative graphic consisting of a horizontal yellow bar on the left that transitions into a 3D-style orange box on the right. The orange box has a white shadow on its top-left side, giving it a sense of depth. The text "Vianočné reklamy" is centered within the orange box.

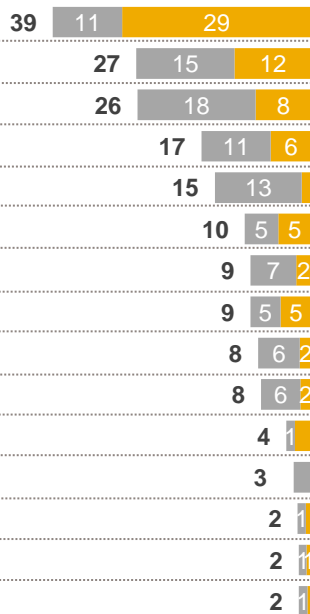
Vianočné reklamy

# Viditeľnosť vianočnej komunikácie značiek

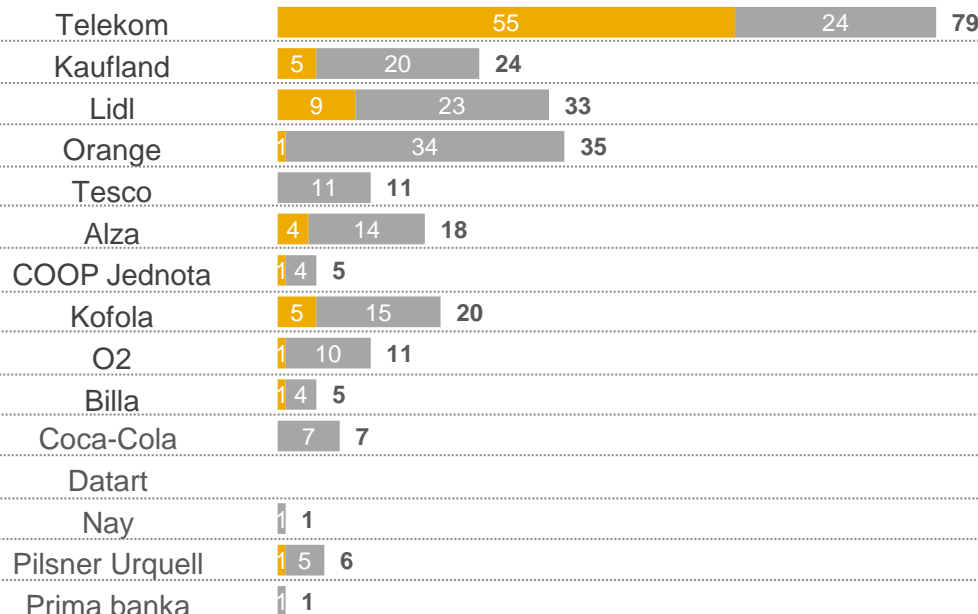


Spontánna znalosť vianočnej reklamy podľa značky | Porovnanie populácia vs. marketéri

## POPULÁCIA SLOVENSKA








## MARKETÉRI

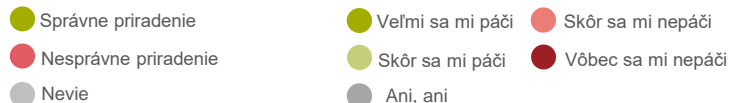


# Hodnotenie vianočných kampaní 2023

Základné parametre vianočných reklám | Porovnanie populácie vs. marketéri



		PODPORENÁ ZNALOSŤ	PRIRADENIE K ZNAČKE	PÁČIVOSŤ REKLAMY	SKÓRE PÁČIVOSŤI
	<b>Kofola   Zlaté prasiatko</b>	Populácia <b>93%</b> Marketéri <b>100%</b>	Populácia: 77 (správne), 8 (nesprávne), 14 (nevie) Marketéri: 98 (správne), 2 (nesprávne), 0 (nevie)	Populácia: 63 (správne), 26 (nesprávne), 9 (nevie) Marketéri: 63 (správne), 25 (nesprávne), 12 (nevie)	87 87
	<b>COOP Jednota   Vianočná spotrebiteľská súťaž</b>	Populácia <b>82%</b> Marketéri <b>90%</b>	Populácia: 98 (správne), 2 (nesprávne), 0 (nevie) Marketéri: 100 (správne), 0 (nesprávne), 0 (nevie)	Populácia: 45 (správne), 37 (nesprávne), 15 (nevie) Marketéri: 22 (správne), 53 (nesprávne), 19 (nevie)	81 73
	<b>Alza   Do polnoci objednáš, ráno v AlzaBoxe máš</b>	Populácia <b>78%</b> Marketéri <b>85%</b>	Populácia: 98 (správne), 2 (nesprávne), 0 (nevie) Marketéri: 100 (správne), 0 (nesprávne), 0 (nevie)	Populácia: 18 (správne), 25 (nesprávne), 29 (nevie) Marketéri: 67 (správne), 47 (nesprávne), 23 (nevie)	55 40
	<b>Telekom   Vzájomný rešpekt je ten najkrajší darček</b>	Populácia <b>70%</b> Marketéri <b>90%</b>	Populácia: 75 (správne), 8 (nesprávne), 17 (nevie) Marketéri: 96 (správne), 4 (nesprávne), 0 (nevie)	Populácia: 20 (správne), 23 (nesprávne), 19 (nevie) Marketéri: 37 (správne), 34 (nesprávne), 17 (nevie)	49 73
	<b>Lidl   Zázračný čas Vianoc</b>	Populácia <b>49%</b> Marketéri <b>57%</b>	Populácia: 38 (správne), 16 (nesprávne), 46 (nevie) Marketéri: 71 (správne), 10 (nesprávne), 19 (nevie)	Populácia: 39 (správne), 42 (nesprávne), 16 (nevie) Marketéri: 34 (správne), 36 (nesprávne), 25 (nevie)	79 74








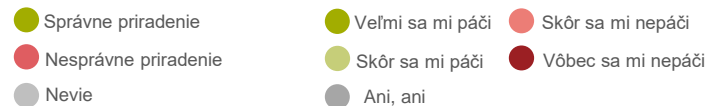
Zdroj: Go4insight | Populácia SR 16 – 69 rokov | 300 respondentov | Zber dát: 27.12 2023 – 2.1. 2024  
Panel marketingových profesionálov | 107 respondentov | Zber dát: 4.1. – 12.1. 2024

# Hodnotenie vianočných kampaní 2023

Základné parametre vianočných reklám | Porovnanie populácie vs. marketéri





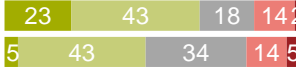


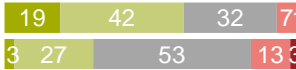


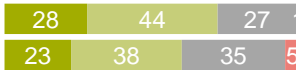
		PODPORENÁ ZNALOSŤ	PRIRADENIE K ZNAČKE	PÁČIVOSŤ REKLAMY	SKÓRE PÁČIVOSTI																
	<b>Martinus</b>   Kúp mi radšej knihu	Populácia <b>44%</b> Marketéri <b>75%</b>	<table border="1"> <tr> <td>71</td> <td>12</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>95</td> <td></td> <td>4</td> </tr> </table>	71	12	17	95		4	<table border="1"> <tr> <td>36</td> <td>42</td> <td>14</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>40</td> <td>40</td> <td>14</td> <td>44</td> </tr> </table>	36	42	14	52	40	40	14	44	76 78		
71	12	17																			
95		4																			
36	42	14	52																		
40	40	14	44																		
	<b>Kaufland</b>   Máte radi Vianoce? Prajeme vám štedré Vianoce!	Populácia <b>40%</b> Marketéri <b>45%</b>	<table border="1"> <tr> <td>53</td> <td>31</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>65</td> <td>25</td> <td>10</td> </tr> </table>	53	31	16	65	25	10	<table border="1"> <tr> <td>19</td> <td>47</td> <td>27</td> <td>62</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>27</td> <td>52</td> <td>10</td> </tr> </table>	19	47	27	62	10	27	52	10	69 59		
53	31	16																			
65	25	10																			
19	47	27	62																		
10	27	52	10																		
	<b>Pilsner Urquell</b>   Zázrak má sa stať, čo viac si môžeš priať	Populácia <b>38%</b> Marketéri <b>57%</b>	<table border="1"> <tr> <td>39</td> <td>28</td> <td>33</td> </tr> <tr> <td>67</td> <td>18</td> <td>15</td> </tr> </table>	39	28	33	67	18	15	<table border="1"> <tr> <td>39</td> <td>35</td> <td>19</td> <td>71</td> </tr> <tr> <td>30</td> <td>48</td> <td>17</td> <td>32</td> </tr> </table>	39	35	19	71	30	48	17	32	76 75		
39	28	33																			
67	18	15																			
39	35	19	71																		
30	48	17	32																		
	<b>O2</b>   Najkrajší dar je niekoho obdarovať	Populácia <b>38%</b> Marketéri <b>38%</b>	<table border="1"> <tr> <td>69</td> <td>12</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>90</td> <td></td> <td>38</td> </tr> </table>	69	12	19	90		38	<table border="1"> <tr> <td>20</td> <td>52</td> <td>21</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>20</td> <td>50</td> <td>23</td> <td>8</td> </tr> </table>	20	52	21	42	20	50	23	8	71 71		
69	12	19																			
90		38																			
20	52	21	42																		
20	50	23	8																		
	<b>Tesco</b>   Pomáhame vám dopriať si štedré sviatky	Populácia <b>33%</b> Marketéri <b>32%</b>	<table border="1"> <tr> <td>43</td> <td>27</td> <td>29</td> </tr> <tr> <td>71</td> <td>9</td> <td>21</td> </tr> </table>	43	27	29	71	9	21	<table border="1"> <tr> <td>17</td> <td>29</td> <td>30</td> <td>11</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>26</td> <td>29</td> <td>15</td> <td>18</td> </tr> </table>	17	29	30	11	14	12	26	29	15	18	56 50
43	27	29																			
71	9	21																			
17	29	30	11	14																	
12	26	29	15	18																	



# Hodnotenie vianočných kampaní 2023

Základné parametre vianočných reklám | Porovnanie populácie vs. marketéri



		PODPORENÁ ZNALOSŤ	PRIRADENIE K ZNAČKE	PÁČIVOSŤ REKLAMY	SKÓRE PAČIVOSŤI
	<b>Orange</b>   Príďte si aj vy pre vianočné prekvapenie	Populácia <b>31%</b> Marketéri <b>42%</b>			68 57
	<b>Tipos</b>   Vianočná lotéria	Populácia <b>30%</b> Marketéri <b>28%</b>			68 53
	<b>Coca-Cola</b>   Svet potrebuje viac Santov	Populácia <b>27%</b> Marketéri <b>38%</b>			75 69

- Správne priradenie
- Nesprávne priradenie
- Nevie
- Veľmi sa mi páči
- Skôr sa mi páči
- Ani, ani
- Skôr sa mi nepáči
- Vôbec sa mi nepáči



A decorative graphic consisting of a horizontal yellow bar on the left that tapers to a point. Below this point, a 3D-style orange box extends to the right. The text 'Komunikácia 2024' is centered within this orange box.

Komunikácia 2024

# Zameranie komunikácie

## Značka vs. produktové kampane



V komunikácii Vašej spoločnosti sa zameriavate viac na budovanie ZNAČKY a jej reputácie alebo skôr na PRODUKTOVÉ, promo a aktivačné kampane?

**2024**

**BUDOVANIE ZNAČKY**

**44%**



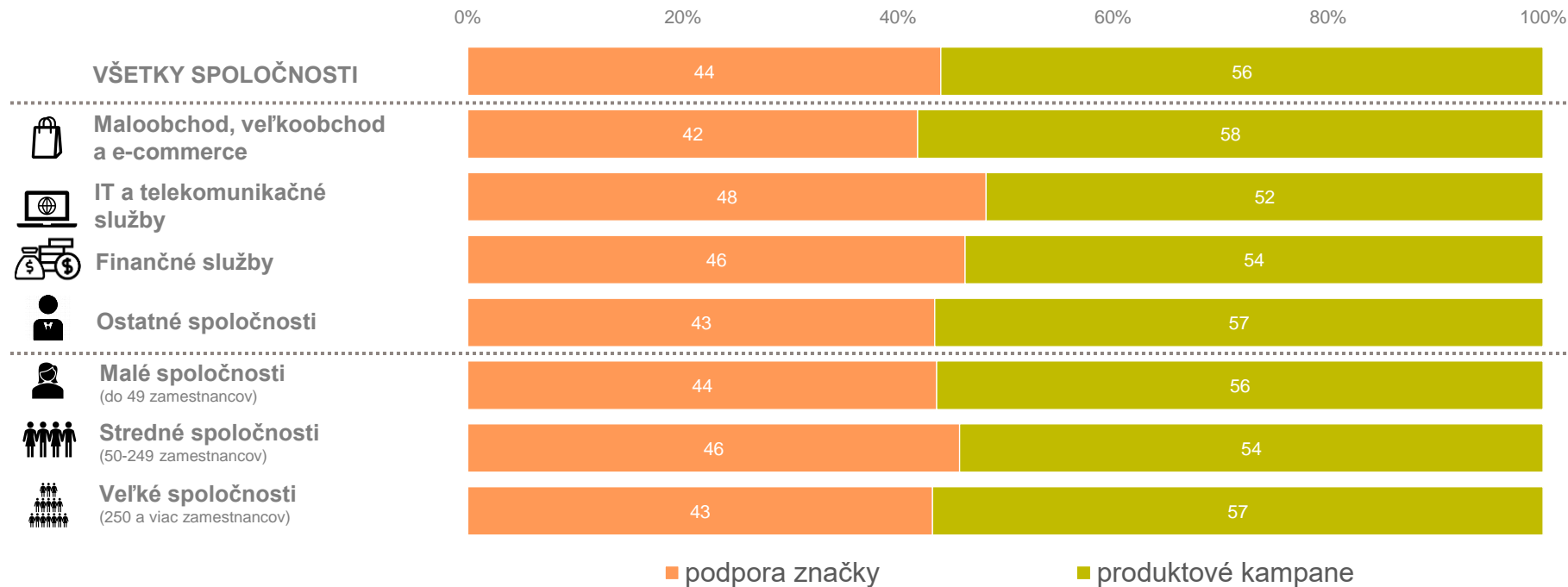
**PRODUKTOVÉ KAMPANE**

**56%**

# Zameranie komunikácie

## Značka vs. produktové kampane

V komunikácii Vašej spoločnosti sa zameriavate viac na budovanie ZNAČKY a jej reputácie alebo skôr na PRODUKTOVÉ, promo a aktivačné kampane?



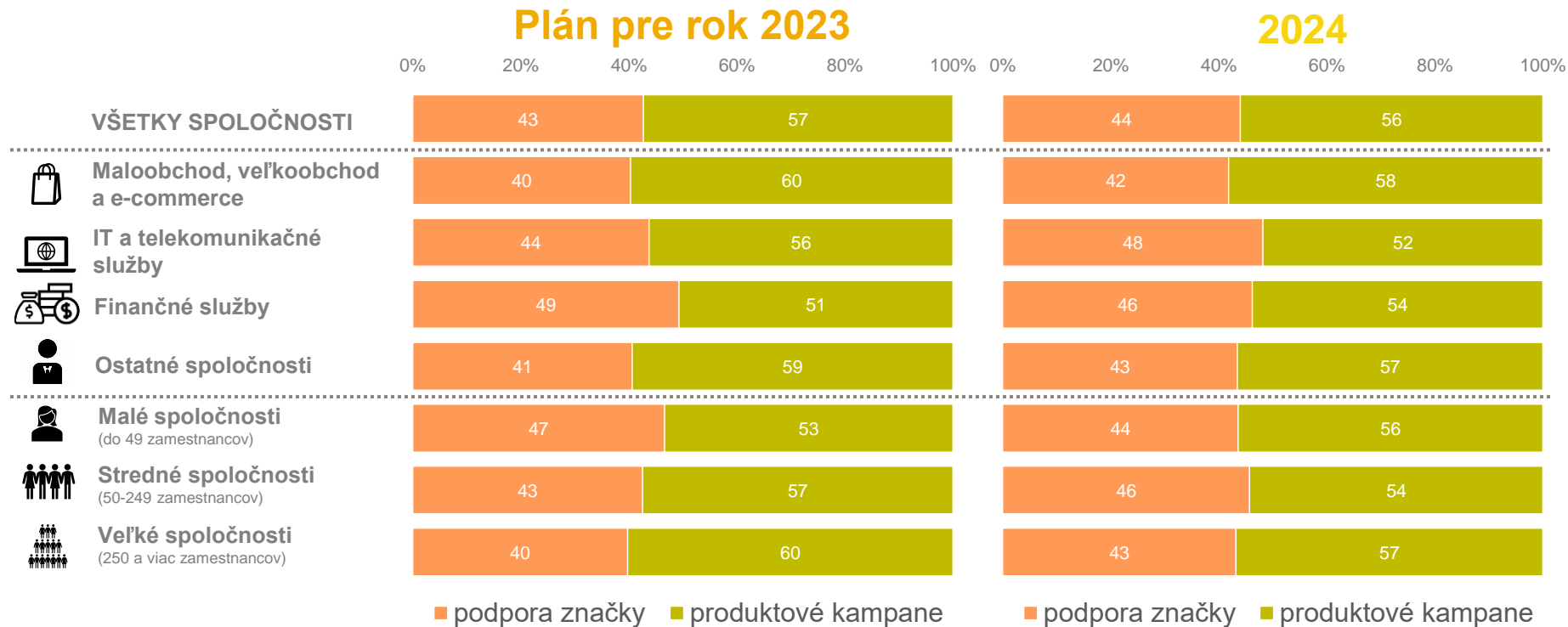
Zdroj: Go4insight | Všetci účastníci prieskumu N=107 respondentov | Január 2024 | V komunikácii Vašej spoločnosti sa zameriavate viac na budovanie ZNAČKY a jej reputácie alebo skôr na PRODUKTOVÉ, promo a aktivačné kampane?

# Zameranie komunikácie v roku 2023

## Značka vs. produktové kampane



V komunikácii Vašej spoločnosti sa zameriavate viac na budovanie ZNAČKY a jej reputácie alebo skôr na PRODUKTOVÉ, promo a aktivačné kampane?



Zdroj: Go4insight | Všetci účastníci prieskumu N=107 respondentov | Február-Marec 2023/Január 2024 | Q1 Aký bude v roku 2023 približný pomer investovania Vašich marketingových aktivít (úsilia, finančných prostriedkov) do ZNAČKY a do PRODUKTOVÝCH aktivít? V komunikácii Vašej spoločnosti sa zameriavate viac na budovanie ZNAČKY a jej reputácie alebo skôr na PRODUKTOVÉ, promo a aktivačné kampane?

Go4insight

| ANALYTICS | RESEARCH | CONSULTING |

GO  
4 ANALYTICS  
RESEARCH INSIGHT  
CONSULTING



Kýčerského 5  
811 05 Bratislava  
Slovak Republic  
[www.go4insight.com](http://www.go4insight.com)

LinkedIn

