

1.

Tervezés- Kutatás

“KEDV”- CSINÁLÓ  
a reklámhoz

I.

Ki szereti a reklámosokat?

# Az egyes szakmák képviselőiben megbízók aránya 2008.

| Helyezés | Szakma                                    | Bizalom |
|----------|---|---------|
| 1        | Tűzoltóság                                | 95%     |
| 2        | Postások                                  | 90%     |
| 3        | Orvosok                                   | 86%     |
| 4        | Tanárok, tanítók                          | 81%     |
| 5        | Katonaság                                 | 78%     |
| 6        | Rendőrök                                  | 70%     |
| 7        | Környezetvédő szervezetek                 | 69%     |
| 8        | Piackutatók                               | 69%     |
| 9        | Bíróság                                   | 67%     |
| 10       | Ügyvédek                                  | 60%     |
| 11       | Marketing szakemberek                     | 56%     |
| 12       | Köztisztviselők, önkormányzati képviselők | 54%     |
| 13       | Jótékonyági szervezetek                   | 53%     |
| 14       | Papság                                    | 53%     |
| 15       | Bankárok                                  | 48%     |
| 16       | Vállalatvezetők                           | 47%     |
| 17       | Szakszervezetek                           | 45%     |
| 18       | Reklámszakemberek                         | 44%     |
| 19       | Újságírók                                 | 34%     |
| 20       | Politikusok                               | 17%     |

# Az egyes szakmák képviselőiben megbízók aránya 2008.

| Helyezés | Szakma                                    | Bizalom |
|----------|---|---------|
| 1        | Tűzoltóság                                | 95%     |
| 2        | Postások                                  | 90%     |
| 3        | Orvosok                                   | 86%     |
| 4        | Tanárok, tanítók                          | 81%     |
| 5        | Katonaság                                 | 78%     |
| 6        | Rendőrök                                  | 70%     |
| 7        | Környezetvédő szervezetek                 | 69%     |
| 8        | Piackutatók                               | 69%     |
| 9        | Bíróság                                   | 67%     |
| 10       | Ügyvédek                                  | 60%     |
| 11       | Marketing szakemberek                     | 56%     |
| 12       | Köztisztviselők, önkormányzati képviselők | 54%     |
| 13       | Jótékonyági szervezetek                   | 53%     |
| 14       | Papság                                    | 53%     |
| 15       | Bankárok                                  | 48%     |
| 16       | Vállalatvezetők                           | 47%     |
| 17       | Szakszervezetek                           | 45%     |
| 18       | Reklámszakemberek                         | 44%     |
| 19       | Újságírók                                 | 34%     |
| 20       | Politikusok                               | 17%     |

# Az egyes szakmák képviselőiben megbízók aránya 08.aug

|                  | TŰZOL<br>TÓSÁG | Orvo-<br>sok | Tanárok,<br>tanítók | Posta | Katonaság | REND<br>ŐRSÉG | Ügyvédek | VÁLLALAT<br>-<br>VEZETŐK | REKLÁM<br>-<br>SZAKMA | Politikusok |
|------------------|----------------|--------------|---------------------|-------|-----------|---------------|----------|--------------------------|-----------------------|-------------|
| Belgium          | 97             | 88           | 88                  | 75    | 70        | 71            | 51       | 39                       | 26                    | 20          |
| Németország      | 97             | 88           | 83                  | 81    | 75        | 85            | 69       | 15                       | 28                    | 10          |
| Franciaország    | 96             | 87           | 81                  | 88    | 70        | 62            | 49       | 26                       | 16                    | 10          |
| Görögország      | 85             | 51           | 67                  | 81    | 63        | 42            | 21       | 19                       | 30                    | 9           |
| Nagy-Britannia   | 85             | 82           | 78                  | 76    | 77        | 74            | 47       | 37                       | 27                    | 18          |
| Olaszország      | 95             | 76           | 71                  | 71    | 79        | 78            | 36       | 30                       | 34                    | 6           |
| Hollandia        | 96             | 91           | 83                  | 87    | 68        | 74            | 57       | 26                       | 17                    | 21          |
| Portugália       | 94             | 87           | 88                  | 89    | 80        | 75            | 43       | 41                       | 40                    | 14          |
| Svédország       | 99             | 91           | 89                  | 91    | 72        | 87            | 70       | 40                       | 24                    | 19          |
| Spanyolország    | 91             | 88           | 86                  | 89    | 67        | 75            | 53       | 42                       | 34                    | 19          |
| Nyugat-Európa    | 94             | 84           | 79                  | 81    | 73        | 75            | 51       | 28                       | 27                    | 13          |
| Bulgária         | 85             | 68           | 75                  | 81    | 69        | 49            | 29       | 45                       | 49                    | 9           |
| Lengyelország    | 64             | 76           | 93                  | 14    | 51        | 36            | 27       | 63                       | 52                    | 27          |
| Románia          | 94             | 75           | 85                  | 89    | 90        | 53            | 42       | 46                       | 58                    | 14          |
| Oroszország      | 81             | 61           | 73                  | 82    | 73        | 31            | 45       | 28                       | 21                    | 16          |
| Cseh Köztársaság | 94             | 92           | 92                  | 88    | 70        | 58            | 49       | 36                       | 44                    | 11          |
| Törökország      | 92             | 93           | 95                  | 91    | 88        | 72            | 61       | 48                       | 44                    | 22          |
| Magyarország     | 95             | 86           | 81                  | 90    | 78        | 70            | 60       | 47                       | 44                    | 17          |
| Belgium          | 93             | 80           | 81                  | 85    | 83        | 73            | 38       | 34                       | 25                    | 22          |

Forrás: GfK Csoport, GfK Bizalom Index 2008. tavasz

Forrás: GfK Csoport, GfK Bizalom Index 2008. tavasz

2.

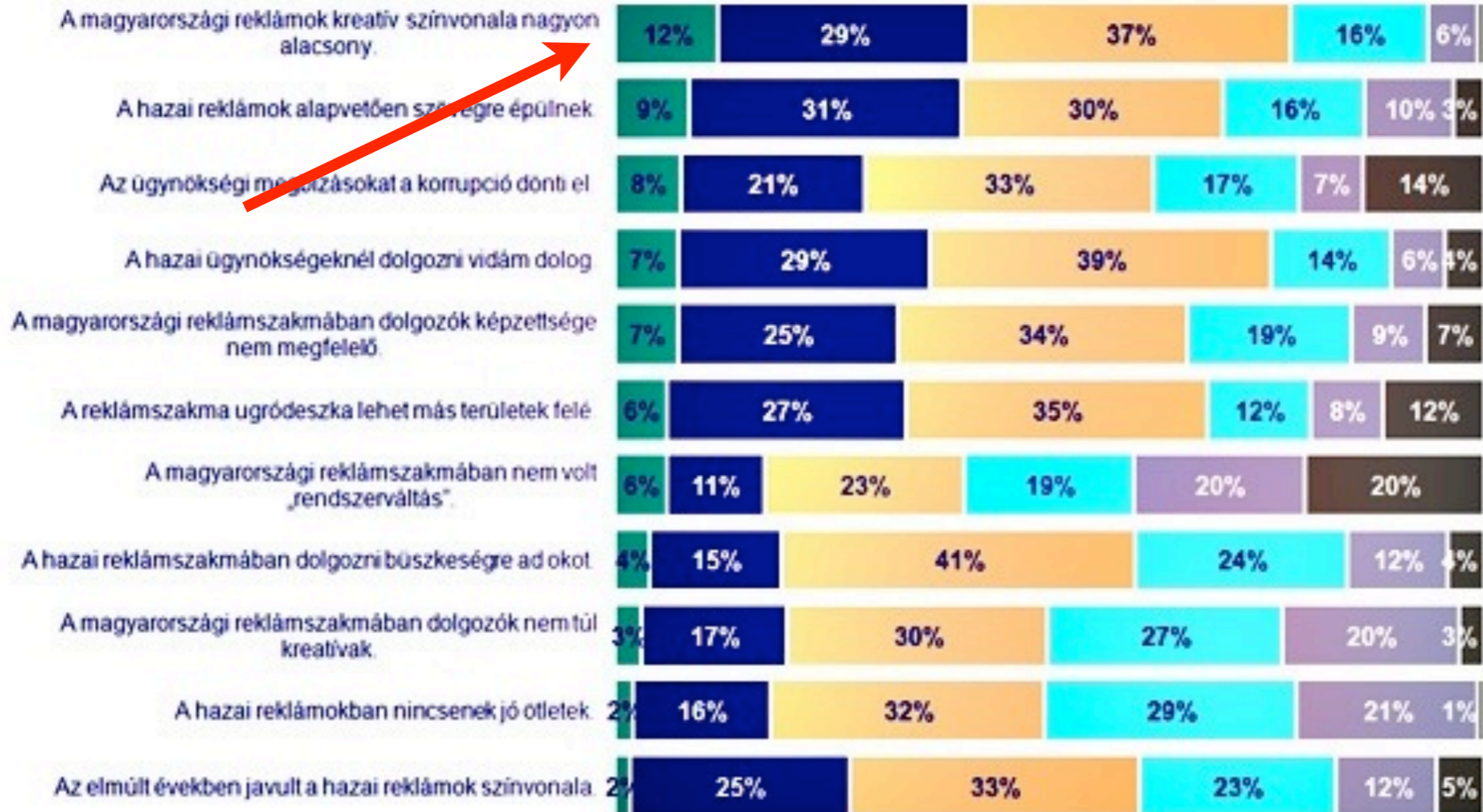
Milyen a reklámszakma helyzete?



## A magyarországi szakma helyzetének megítélése – 2.

Szonda Ipsos

■ 5 - teljes mértékben egyetértek ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 - egyáltalán nem értek egyet ■ Nem tudja



N=303, százalékos megoszlások



Szonda Ipsos

# A magyarországi szakma helyzetének megítélése – 1.

■ 5 - teljes mértékben egyetértek ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 - egyáltalán nem értek egyet ■ Nem tudja



N=303, százalékos megoszlások

2.

És ki szereti a reklámot?

# Reklámokkal szembeni általános beállítottság

## Elutasító

reklámok kikerülhetetlenek, manipulálnak, és fárasztóak

Lakosság  
20%-a

- idősebbek
- alacsony státuszúak
- iskolázatlanok és magasan képzettek

## Tartózkodó

Igyekszik „kikerülni” a reklámokat, nem szereti, de nem is szereti őket

Lakosság  
46%-a

**Reklámkerülő**

## Funkcionalista

Elfogadja a reklámokat, keresi belőlük az információt, de nem szereti

Lakosság  
20%-a

- férfiak

## Támogatók

Kifejezetten szereti és várja a reklámokat, részt vesz a terjesztésükben.

Lakosság  
15%-a

- fiatalok

3.

De miért nem szeretik a reklámot?

## A reklámok elutasításának oka:



**Hazudnak**

**Manipulálnak**

**2.**

**Sok van belőlük**

**Feleslegesek**

**1.**

**Zavarnak**

**Tolakodnak**

**3.**

5.

Akkor kár a gőzért?

# Ad eaters night La nuit des publivores



Infotainment



6.

Játékosok a pályán

Kb. 1000 ügynökség

- reklámügynökségek
  - btl ügynökségek
  - online ügynökségek
  - média ügynökségek
  - PR ügynökségek
  - gerilla ügynökségek
  - kreatív ügynökségek

**Kb. 20 nagy multinacionális reklámügynökség**

**Young and Rubicam  
Leo Burnett  
Ogilvy and Mather  
BBDO  
Scholz and Friends  
Lowe GGK  
Saatchi ans Saatchi**

...

Kb. 30 jelentős hazai reklámügynökség

Well  
Cafe  
Akció  
Republic of Art  
hat  
Havasi  
Próbakő

## Piackutatók

GfK Hungária  
Szonda Ipsos  
Gallup  
Medián  
AGB  
A Nielsen  
Hoffann Research  
NRC

## Szervezetek:

Magyar Reklámszövetség  
(MRSz)

Magyar Kommunikációs  
Ügynökségek Szövetsége  
(MAKSZ)

Nemzetközi Reklámszövetség  
(IAA)

Art Directors Club Hungary  
(ADCH)

## Szervezetek:

Önszabályozó Reklámtestület  
(ÖRT)

Magyar Marketing Szövetség  
(MMSz)

Piackutatók Magyarországi  
Szövetsége  
(PMSz)

Nemzetközi Piackutató  
Szövetség  
(ESOMAR)

## Versenyek:

ARANY PENGE (kreatív)  
EFFIE (hatékonysági)  
ARANY LOLLIPOP (instore)  
REKLÁMZABÁLÓK  
(közönség)  
MÉRLEG (szakmai)

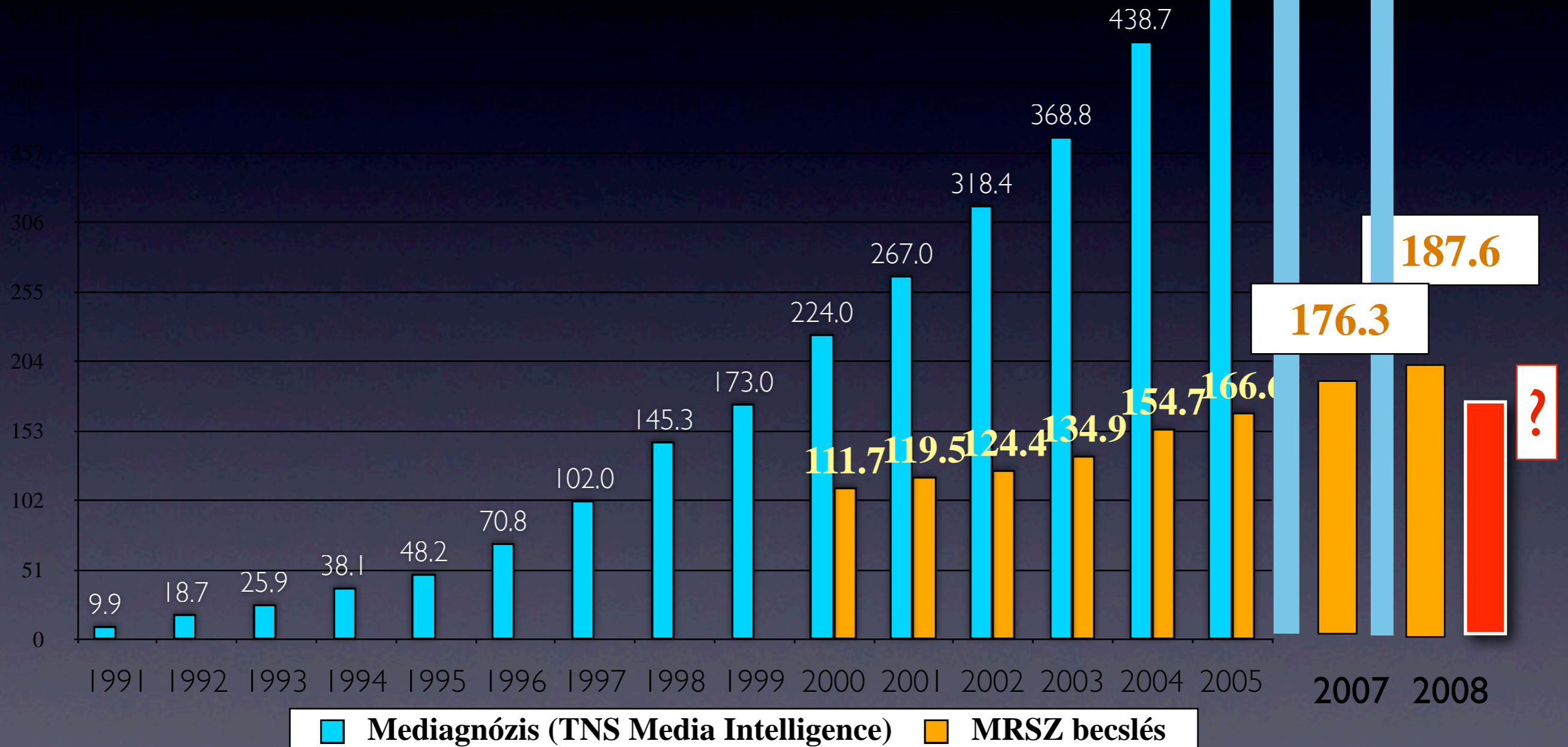
Iskolák:

BGF Külker.Főiskola  
BKF  
MÜTF  
CORVINUS  
Kodolányi  
KOAK másoddipomás

6.

Mennyit költünk reklámra?

# A reklámköltségek alakulása Magyarországon 1991-2008



# A válság hatása az USÁ-ban

*Tízmilliárd dolláros hiány az amerikai reklámpiacon*

NIELSEN

Advertising Age 09.szept.7.

|                               |        |
|-------------------------------|--------|
| országos napilapok, magazinok | - 22 % |
| outdoor, helyi sajtó          | - 14 % |
| online                        | - 2 %  |

# Reklámköltés - 2008

Oktatásügy: 280md



**190**  
**milliárd**

***ATL(média)***

Mediagnosis/MRSz



**80**  
**milliárd**

***BTL***

MAKSz

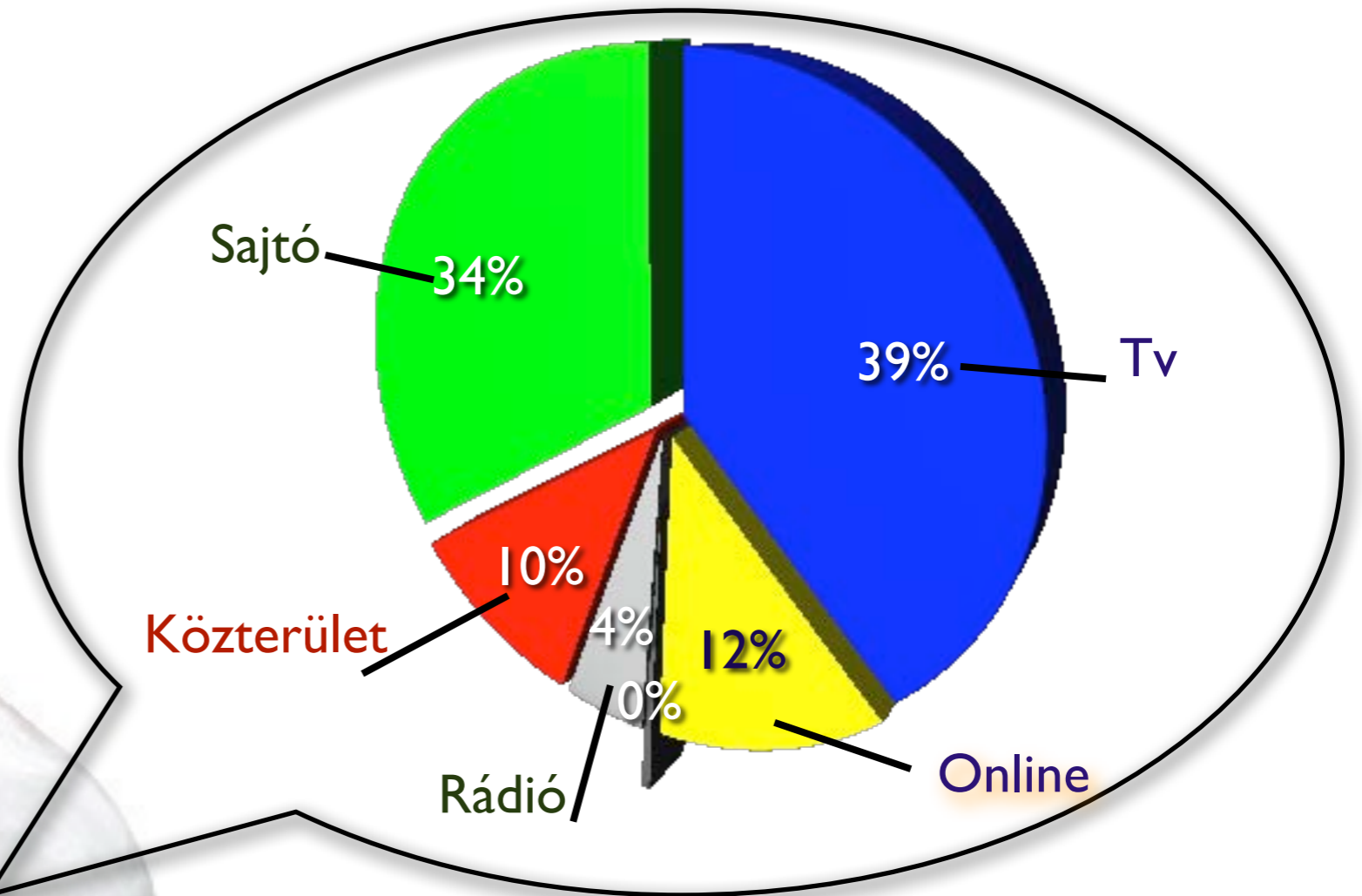


**50**  
**milliárd**

***Direct Marketing***

DMSz

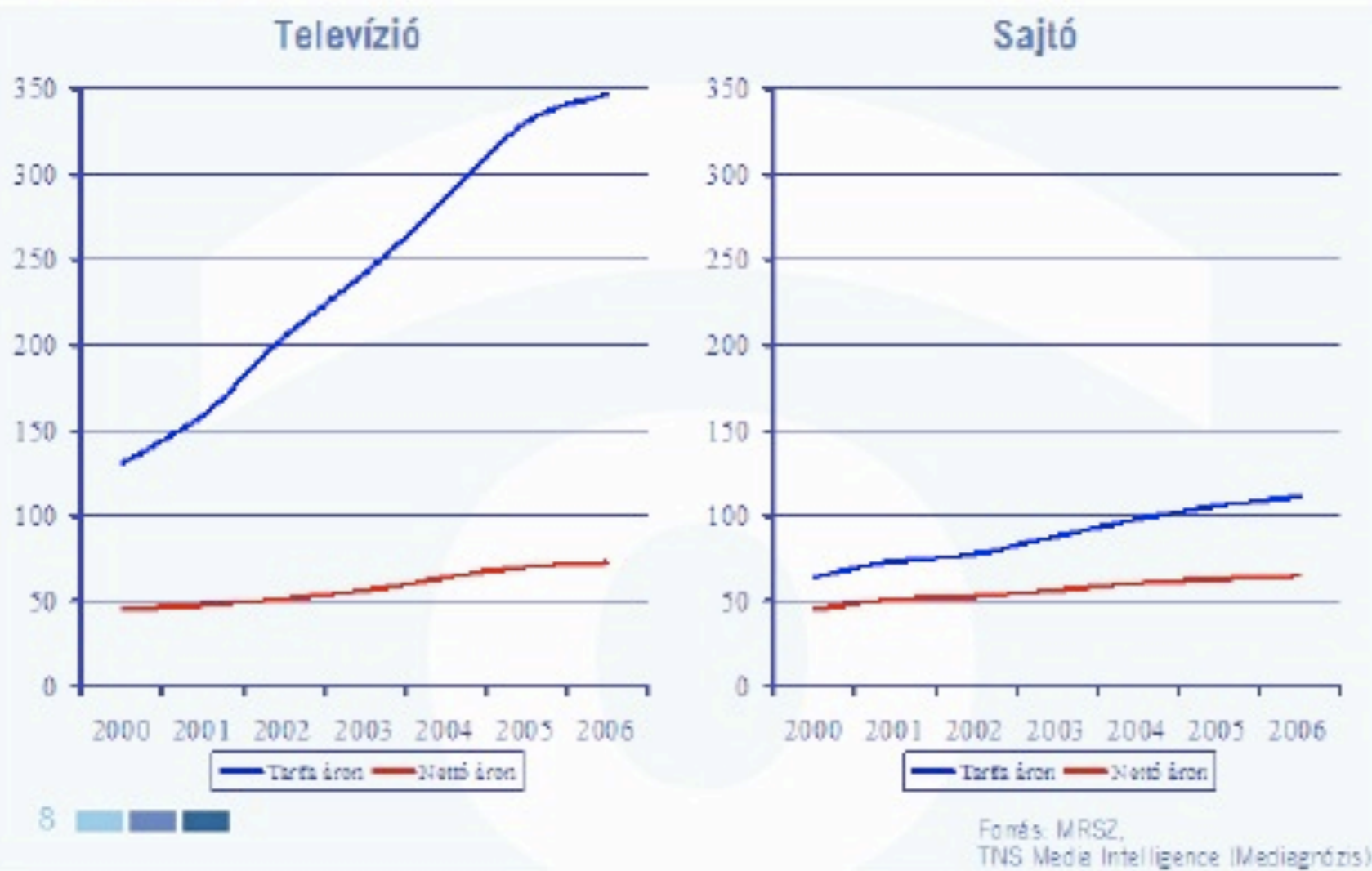
# Reklámköltés (reklámtorta)- 2008



# “Nyílik az olló”



## Reklámköltés alakulása tarifa és nettó áron (milliárd forintban)



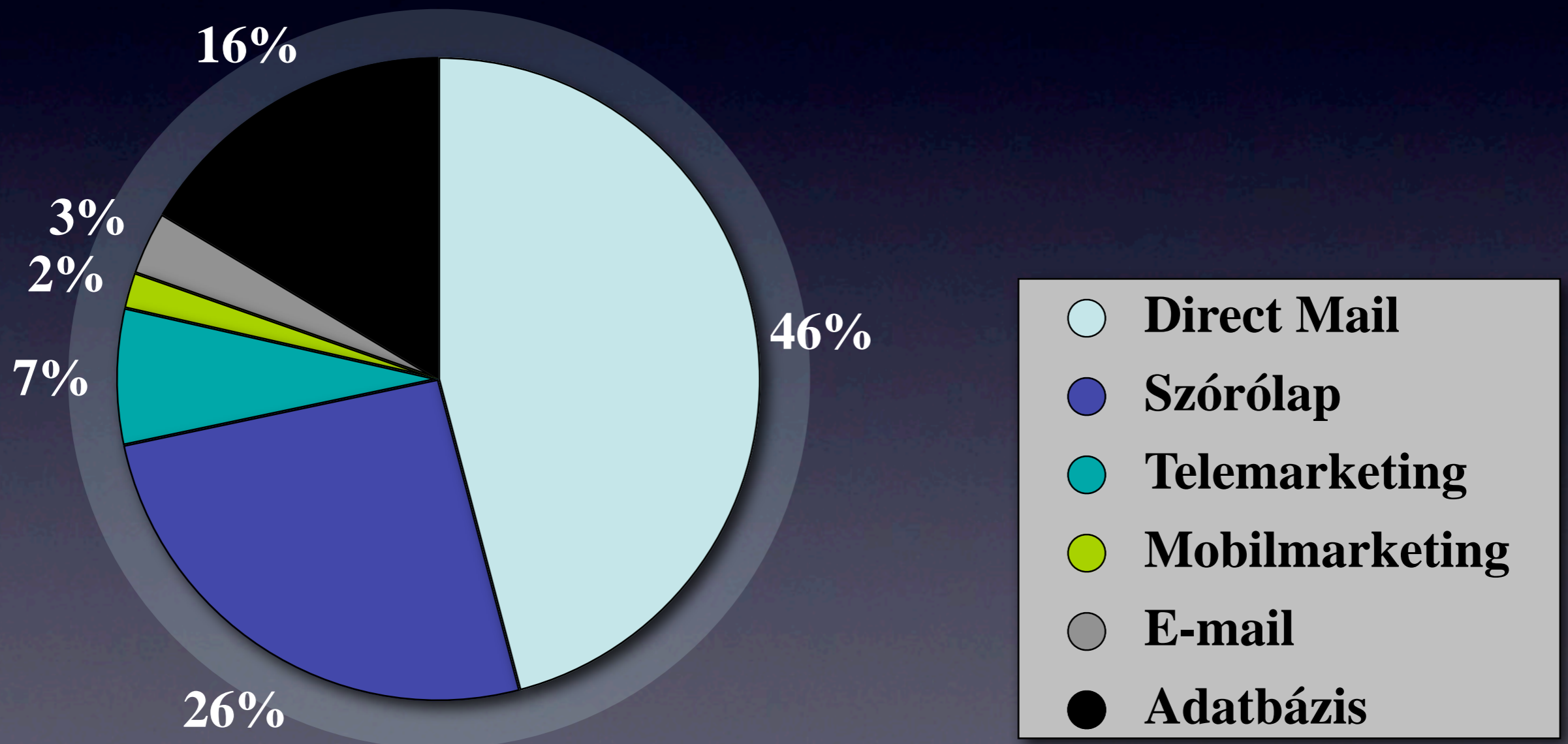
## Reklámköltés alakulása tarifa és nettó áron

## Növekedés

| Magyarország  | Növekedés % nettó áron |              |             |
|---------------|------------------------|--------------|-------------|
|               | 2006                   | 2007         | % növek.    |
| Televízió     | 72,0                   | 74,95        | 4,10        |
| Sajtó         | 64,6                   | 67,65        | 4,72        |
| Közterület    | 19,0                   | 19,93        | 4,89        |
| Rádió         | 10,1                   | 9,61         | -4,85       |
| Mozi          | 0,9                    | 0,85         | -5,56       |
| Internet      | 9,7                    | 14,01        | 44,43       |
| <b>Total:</b> | <b>176,3</b>           | <b>187,0</b> | <b>6,07</b> |

# Direkt marketing- - 2006 (Szonda Ipsos)

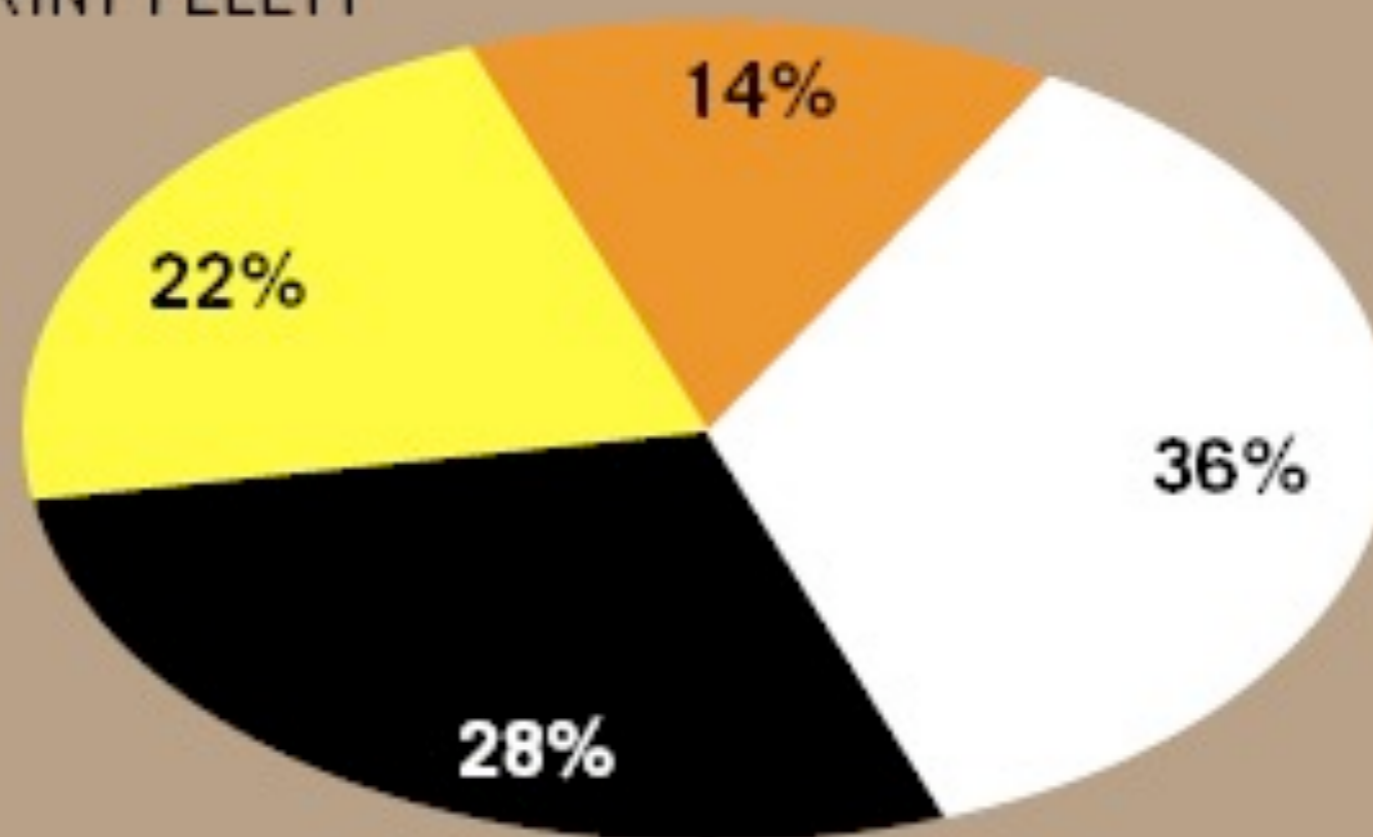
30 md. forint



# KUTATÁSRA KÖLTÉS

ÉVES SZINTEN MENNYI PÉNZT KÖLTENEK ILYEN KUTATÁSOKRA (FORINTBAN)?

- 0,5 MILLIÓ FORINTIG
- 1,5 MILLIÓ FORINTIG
- 3 MILLIÓ FORINTIG
- 3 MILLIÓ FORINT FELETT

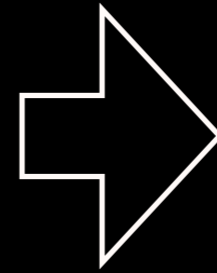


*Kérdésünkre 36 ügynökség képviselője válaszolt • Forrás: Kreatív*

7.

Mennyibe kerül egy reklám?

30mp. reklámfilm gyártása



15-50 mó

30mp. film főműsoridőben



3 mó

egész oldalas színes hird.



1-1.5 mó

orsz.óriásplakát/200 - 1 hét



10-12 mó

banner az Indexen - 1 hét



1-1.3 mó

óriás épületháló - 1 hónap



3-4 mó

8.

Mennyi reklámot kell elviselnünk?

## Reklámterhelés:

kb. 3000 reklámimpulzus/nap

befogadó kapacitás:

4 szó/mp

4 üzenet/nap

nem tudatos bloká:

vidra effektus

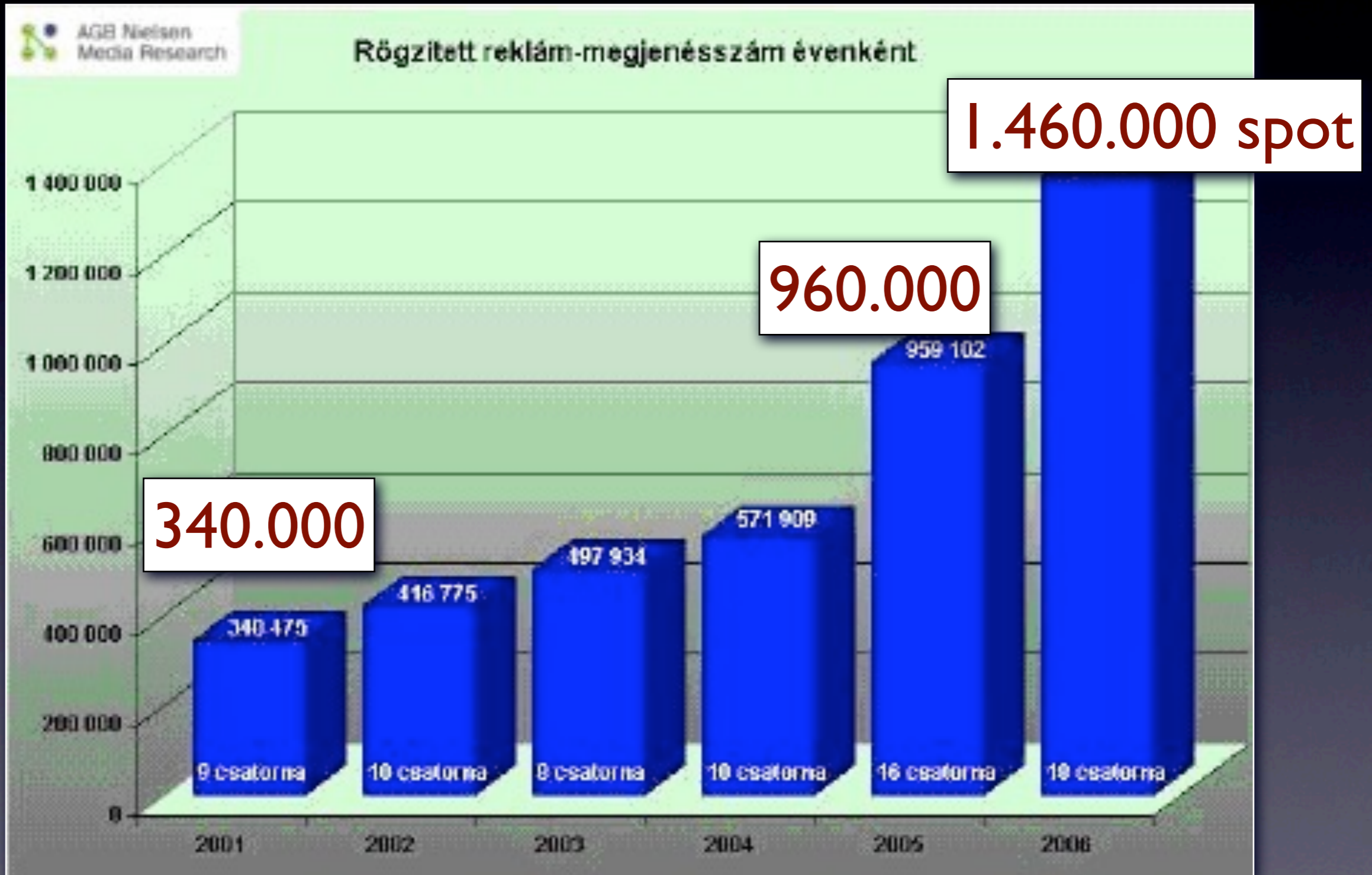


## Az első 25 hirdető toplistája

2008. április, médiatípusokra bontva, ezer forint

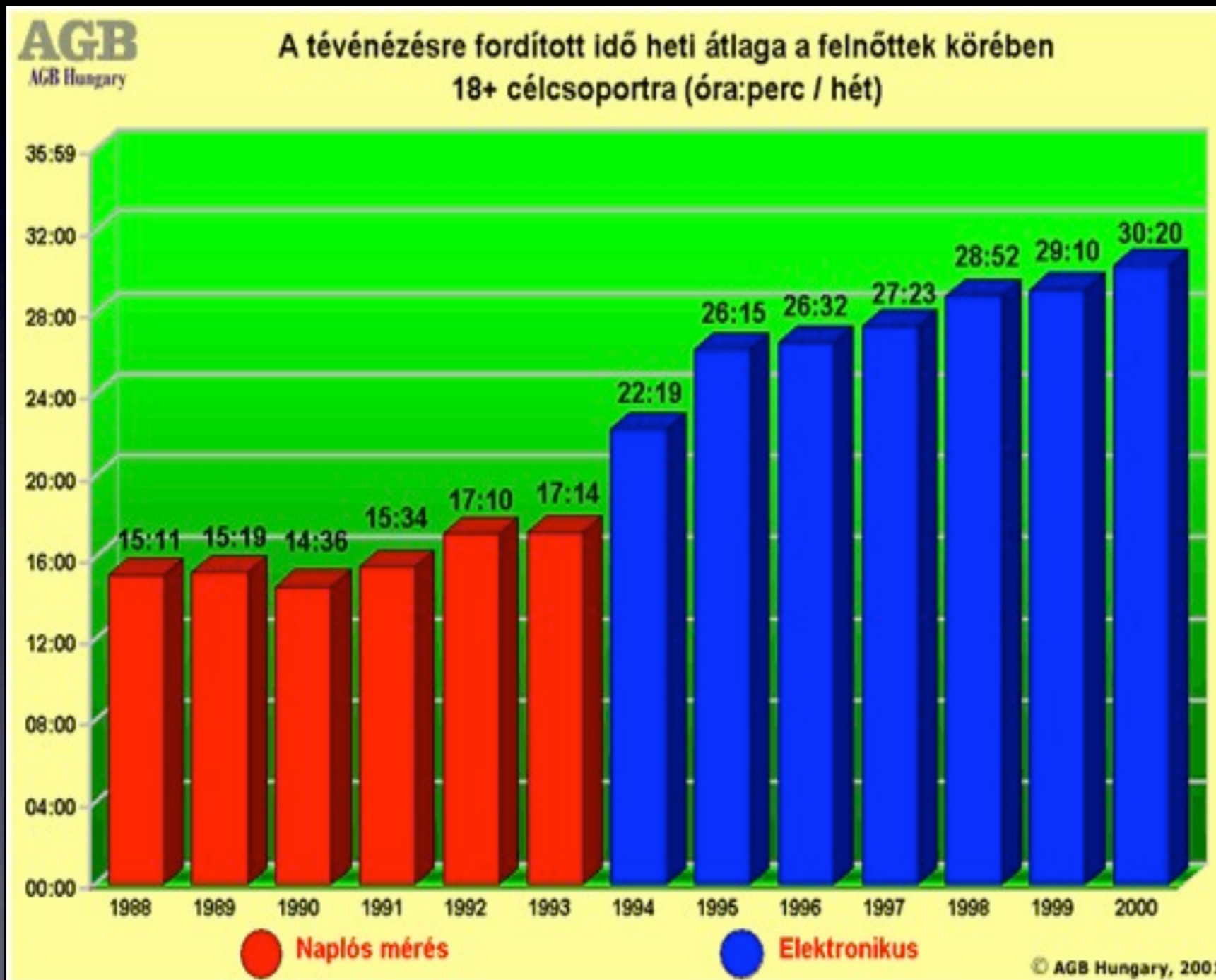
| HIRDETŐ                       | ÖSSZESEN  | NAPI-<br>LAP | FOLYÓ-<br>IRAT | TÉVÉ      | RÁDÍÓ   | MOZI  | PLAKÁT | KÁBEL-<br>TÉVÉ | INDOOR | INTERNET |
|-------------------------------|-----------|--------------|----------------|-----------|---------|-------|--------|----------------|--------|----------|
| Unilever Magyarország Kft.    | 2 372 469 | 885          | 89 290         | 1 472 471 | 38 665  | -     | -      | 713 882        | 23 943 | 33 334   |
| Procter & Gamble Kft.         | 1 689 828 | 501          | 28 464         | 1 449 364 | 18 905  | -     | -      | 161 550        | 28 783 | 2 261    |
| L'Oréal                       | 1 273 196 | 540          | 172 025        | 927 589   | -       | -     | -      | 157 909        | 12 221 | 2 913    |
| Henkel Magyarország Kft.      | 1 158 771 | 1 926        | 10 387         | 864 770   | 759     | -     | -      | 272 135        | -      | 8 794    |
| Magyar Danone Kft.            | 1 051 896 | 1 995        | 2 741          | 873 065   | -       | -     | -      | 160 101        | 10 439 | 3 555    |
| Budapest Bank Rt.             | 885 901   | 17 577       | 730            | 665 404   | 28 911  | -     | 1 193  | 117 353        | -      | 54 734   |
| Vodafone Magyarország Rt.     | 822 118   | 16 340       | 40 341         | 572 860   | 20 674  | -     | 49 429 | 96 839         | 4 611  | 21 024   |
| T-Mobile Magyarország Rt.     | 791 621   | 35 503       | 110 067        | 450 404   | 70 385  | -     | 45 130 | 64 430         | 135    | 15 568   |
| Nemzeti Fejlesztési Hivatal   | 773 725   | 33 944       | 11 360         | 580 867   | 42 099  | -     | 88 990 | 5 585          | -      | 10 880   |
| Pannon GSM                    | 723 842   | 50 693       | 97 159         | 344 898   | 50 508  | -     | 89 240 | 61 779         | 7 942  | 21 632   |
| CIB Bank Rt.                  | 718 580   | 58 285       | 37 209         | 335 730   | 133 573 | -     | 23 731 | 90 007         | -      | 40 045   |
| Bayer Hungaria                | 642 866   | -            | 22 672         | 535 530   | -       | -     | 15 312 | 57 454         | 3 082  | 8 816    |
| Sanoma Budapest Kiadói Rt.    | 642 265   | 20 860       | 5 320          | 404 264   | 38 274  | -     | 12 704 | 147 334        | -      | 13 508   |
| Porsche Hungaria Kft.         | 631 674   | 13 000       | 8 270          | 319 329   | 32 777  | -     | 52 389 | 198 304        | -      | 7 604    |
| Heineken Hungária nyRt.       | 613 518   | 574          | 465            | 365 685   | 9 487   | -     | 30 600 | 196 072        | 9 035  | 1 600    |
| Mars Hungary                  | 585 938   | -            | 14 345         | 445 682   | 15 749  | -     | -      | 104 647        | -      | 5 514    |
| Kereskedelmi és Hitelbank Rt. | 577 550   | 3 859        | 10 012         | 459 391   | 18 062  | -     | -      | 77 540         | -      | 8 687    |
| Aldi Magyarország Kft.        | 563 492   | 184 420      | 8 615          | 134 570   | 185 481 | -     | 31 615 | 18 792         | -      | -        |
| UniCredit Bank Hungary Zrt.   | 558 842   | 68 711       | 26 959         | 343 712   | 26 166  | -     | 47 823 | 36 669         | -      | 8 802    |
| Szerencsejáték Zrt.           | 553 487   | 124 793      | 10 522         | 279 985   | 123 991 | 63    | -      | 1 233          | -      | 12 900   |
| Auchan                        | 550 339   | 19 864       | 8 060          | 291 191   | 65 572  | -     | 70 957 | 94 696         | -      | -        |
| Ford Hungária Kft.            | 548 775   | 11 330       | 48 239         | 199 818   | 228 400 | -     | 23 548 | 26 217         | -      | 11 224   |
| Erste Bank Rt.                | 529 760   | 103 569      | 78 102         | 204 092   | 90 407  | -     | 2 110  | 48 840         | -      | 2 639    |
| Coca-Cola Magyarország        | 528 838   | 20 779       | 39 595         | 235 362   | 6 926   | 7 196 | 49 318 | 144 647        | -      | 25 016   |
| Berlin-Chemie                 | 520 412   | -            | 2 181          | 448 887   | -       | -     | -      | 69 345         | -      | -        |

# Televíziós reklámfilmek évente

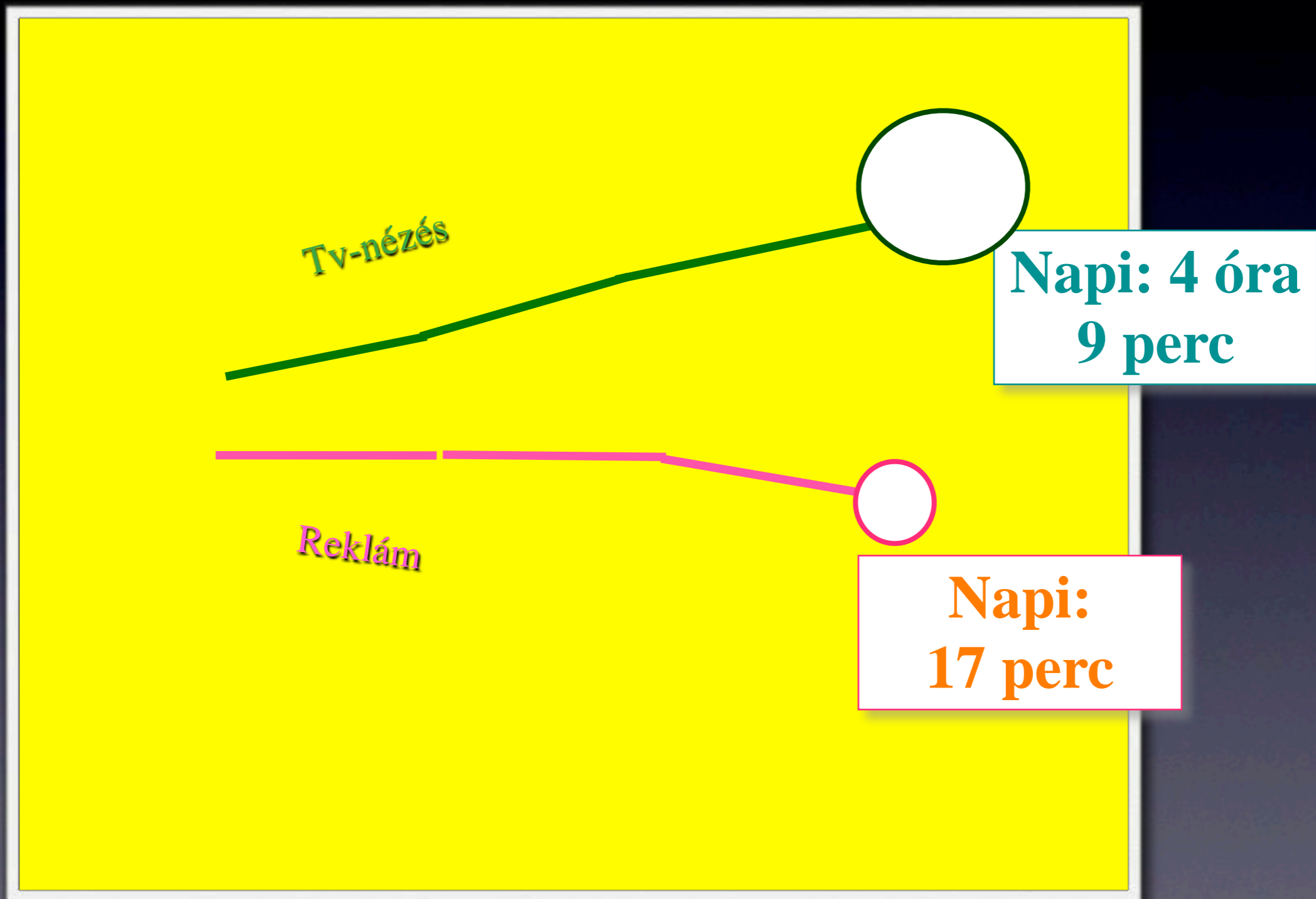


# Napi tv-reklám fogyasztás

heti: 30ó20p



# Napi tv-reklám fogyasztás



8.

Végülis van értelme az egésznek?

**Minden reklámra fordított  
pénz fele kidobott pénz.**

**(Csak azt nem tudjuk,  
melyik fele...!**

John Wanamaker



azért hogy megtudjuk:

ezért kell a  
**REKLÁMKUTATÁS**



és ennek alapján a  
**REKLÁMTERVEZÉS**