Slevomat

Doplňující data k přihlášce EFFIE

agency

1. Slevomat - znalost a test reklamy (08, 2022); Perfect Crowd
2. Analýza příležitostí; (30. října – 3. listopadu 2021); Behavio Labs
3. Kreativa kampaně

agency

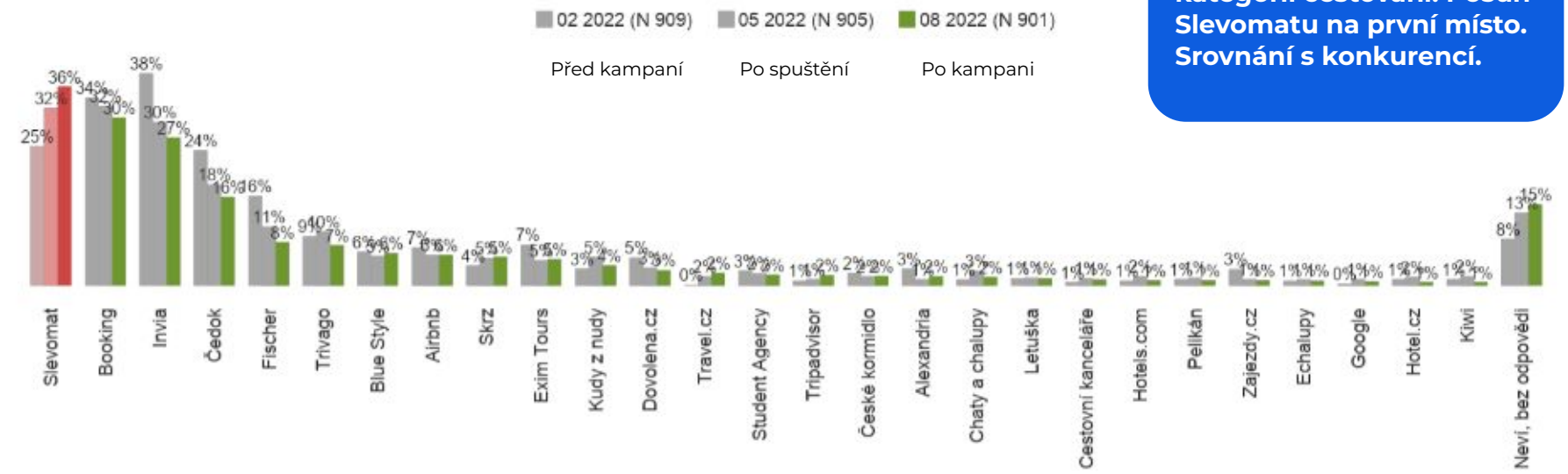
SLEVOMAT – ZNALOST A TEST REKLAMY

Report z výzkumu, 08 2022

PERFECT CROWD
www.perfectcrowd.cz

SPONTÁNNÍ ZNALOST – CESTOVÁNÍ, POBYTY, DOVOLENÁ, UBYTOVÁNÍ

Růst spontánní znalosti v kategorii cestování. Posun Slevomatu na první místo. Srovnání s konkurencí.



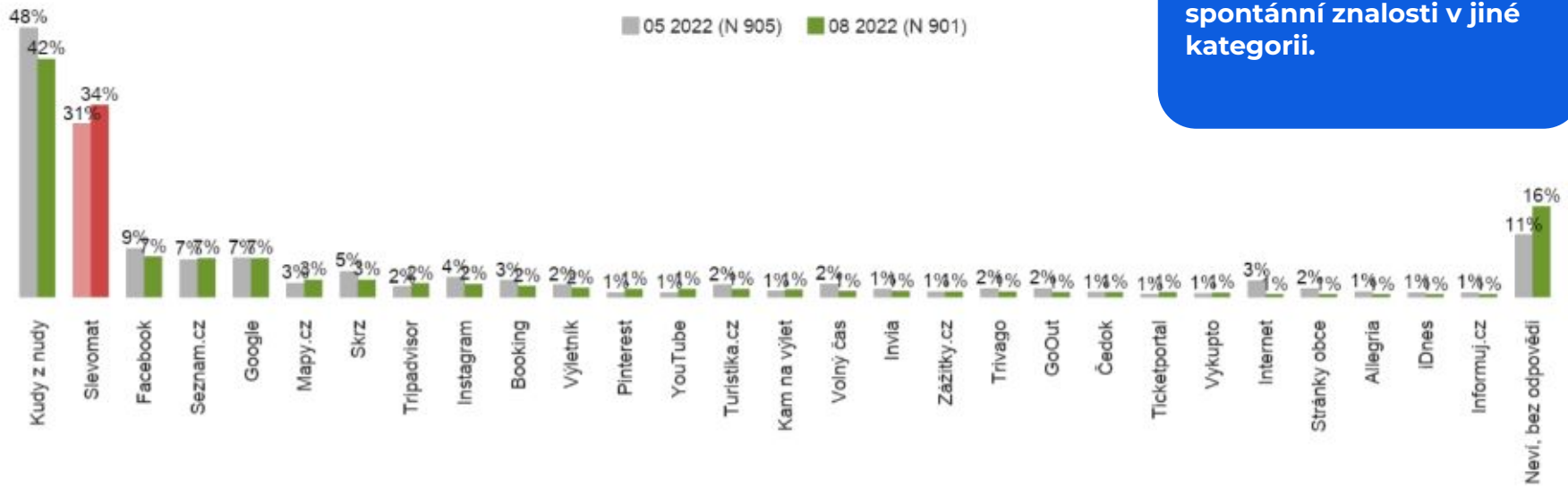
Slevomat je v současné chvíli nejčastěji asociovanou značkou s kategorií kategorií cestování, pobyty, dovolená, ubytování. Slevomat v této kategorii kontinuálně roste a díky tomu se dostal před Booking či cestovní kanceláře. Během půl roku se co do znalosti posunul ze třetího místa na první místo.

Jaké internetové stránky nabízející cestování, pobyty, dovolenou, ubytování znáte? Na jaké si z hlavy vzpomenete?

© Perfect Crowd

SPONTÁNNÍ ZNALOST – INSPIRACE PRO AKTIVNÍ TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU

Srovnání s růstem spontánní znalosti v jiné kategorii.

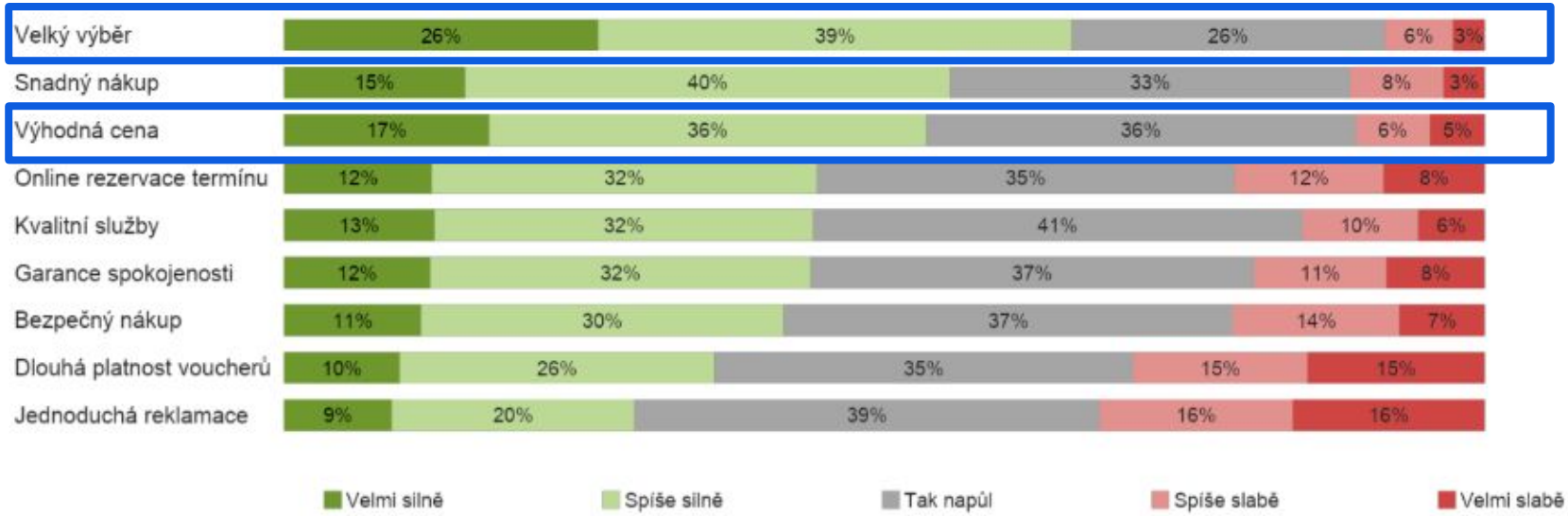


S kategorii inspirace pro trávení volného času je dlouhodobě nejčastěji asociován web Kudy z nudy, který spontánně uvedla necelá polovina vzorku. Slevomat je hned druhou nejčastější inspirací s 34 %, což je mírný posun od posledního měření. Náskok Kudy z nudy se snížil ze 17 na 8 %. Slevomat je tak nejsilnější komerční značkou v kategorii.

Volný čas lze aktivně trávit různými způsoby. Lze jít na večeři do restaurace, lyžovat, projet se na kole, jít do divadla nebo do kina, zaplavat si, zajít na masáž, nebo se účastnit nějakého vzdělávacího kurzu. Jaké všechny webové stránky, které slouží jako inspirace pro aktivní trávení volného času, znáte? Kde všude se člověk může typicky dozvědět o možnostech a způsobech, jak aktivně trávit volný čas?

© Perfect Crowd

INFORMACE Z REKLAM

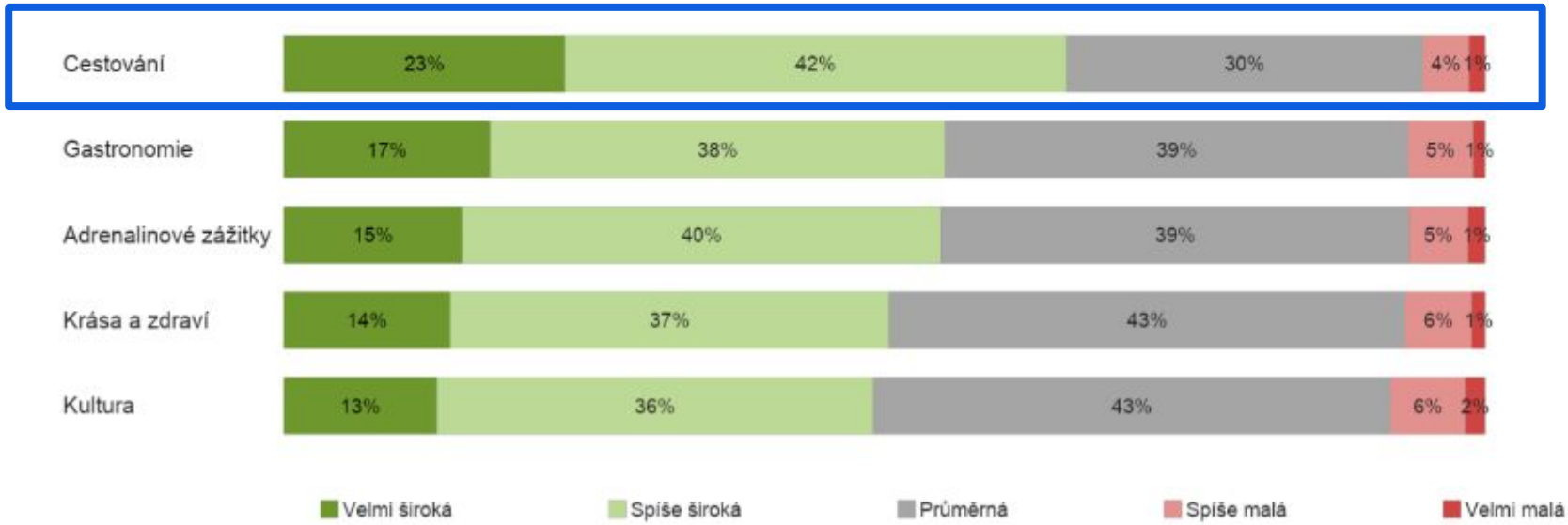


Reklamy podle respondentů nejsilněji komunikují velký výběr produktů na Slevomatu (66%). Dále pak snadný nákup (55%) a výhodné ceny (53%).

Jak silně podle Vás tato reklama komunikuje následující informace?

© Perfect Crowd

ŠÍŘE NABÍDKY SLEVOMATU PODLE KATEGORIE

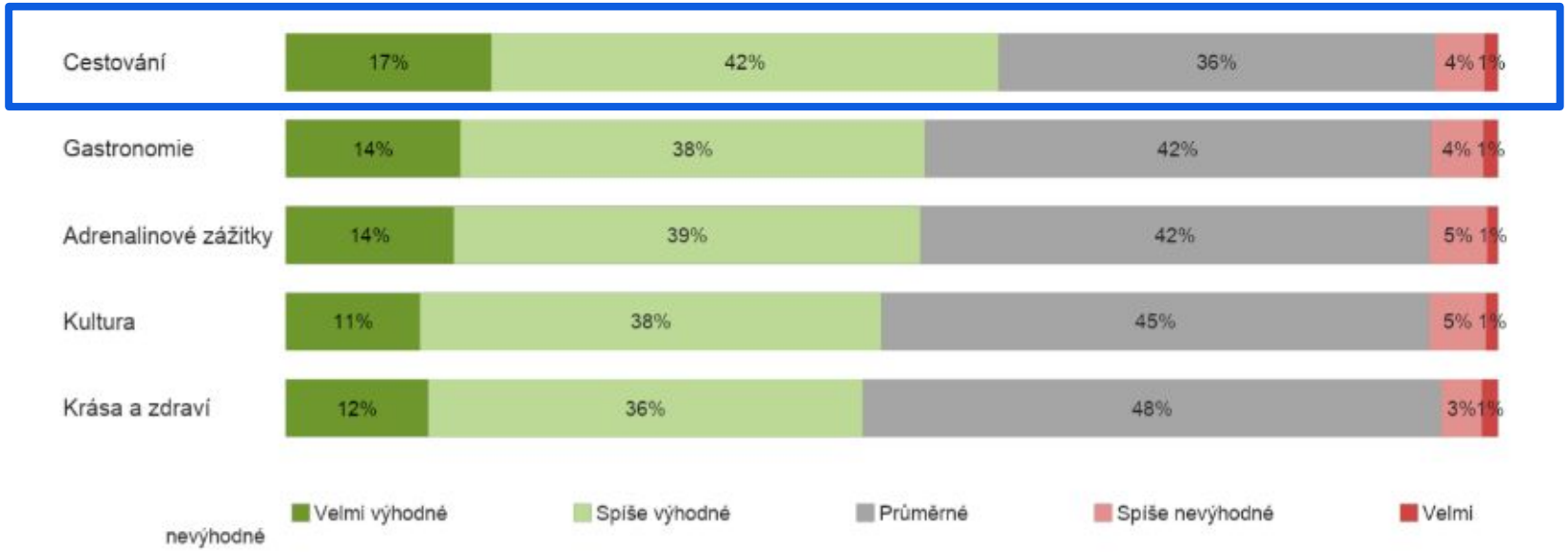


65% respondentů považuje nabídku Slevomatu v kategorii cestování za širokou, což je nejvíce ze všech testovaných kategorií.

Jak široká je podle Vás nabídka Slevomatu v kategorii...

© Perfect Crowd

VÝHODNOST NÁKUPU NA SLEVOMATU PODLE KATEGORIE

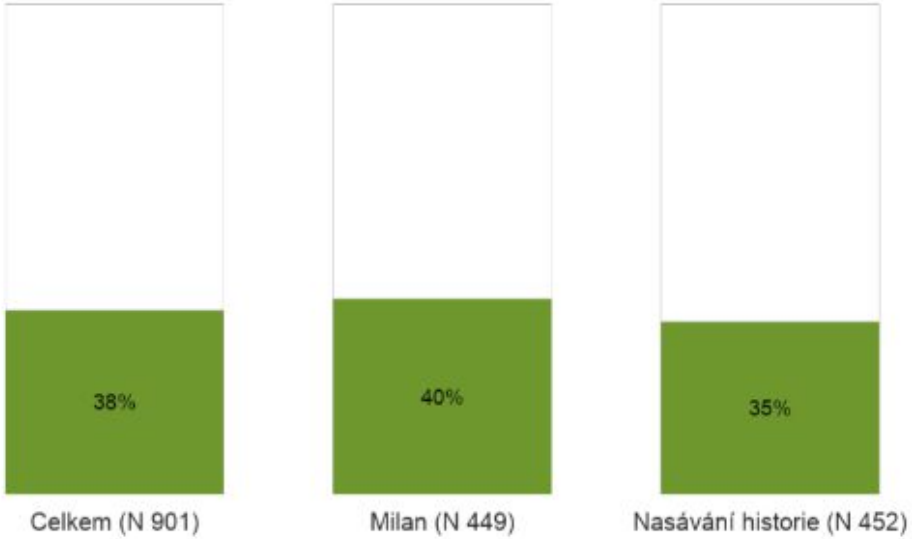


59% respondentů považuje nákup z kategorie cestování za výhodný, což je nejvíce ze všech testovaných kategorií.

? A jak cenově výhodné je podle Vás nakoupit na Slevomatu z kategorie…

© Perfect Crowd

ZAZNAMENÁNÍ REKLAMY



Každý respondent hodnotil jeden náhodný spot ze dvou. 38% vzorku vidělo spot, který jsme jim ukázali. O něco častěji respondenti deklarují zaznamenání spotu „Milan“. Výsledky je třeba porovnat s údaji o mediálním nasazení. U dobře viditelného spotu deklaruje jeho zaznamenání tolik respondentů, kolik odpovídá přibližně 5-násobnému NET reach.

? Viděl/a jste již někdy tuto reklamu?

© Perfect Crowd

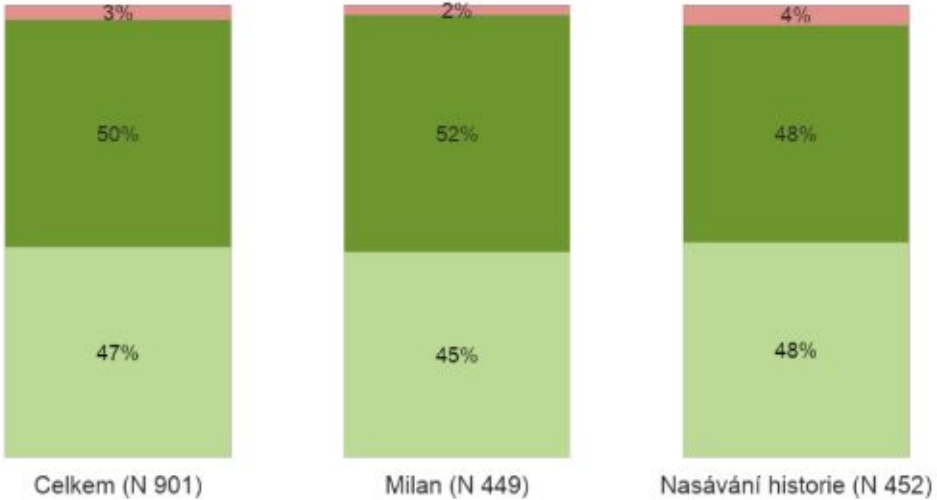
BARNDING, ZNAČKA Z REKLAMY - SLEVOMAT

Tři čtvrtiny těch, kteří reklamu viděli, si k ní správně přiřadili Slevomat. Takovýto branding je významně nadprůměrný a pro většinu lidí tak není těžké pochopit, že na ně skrze reklamu promlouvá právě Slevomat. Pokud však srovnáme současné kreativy s těmi z přecházejícího testu, branding je slabší. To je dáno zaprvé tím, že se jedná o první nasazení současných kreativ a zadruhé tím, že poslední komunikace je ve stylu cestovních kanceláří, zatímco předešlá komunikovala dárky a zážitky. Slevomat je obecně silnější ve druhé kategorii.

(?) Na jakou značku podle Vás tato reklama byla?

© Perfect Crowd

SROZUMITELNOST



Benchmark
Ani, ani

Horních 75%	84%
Průměr	75%
Dolních 25%	72%

- Bylo to velmi jednoduché až banální
- Ani příliš jednoduché, ani příliš složité
- Bylo to příliš komplikované, nechápal/a jsem to

Spoty nejsou komplikované a těžko pochopitelné.

Jak snadné nebo složité bylo sledovat příběh?

© Perfect Crowd

Analýza příležitostí

SLEVOMAT

Kvantitativní výzkum, forma dotazování CAWI
Sběr dat 30. října – 3. listopadu 2021
1 200 lidí, reprezentativní vzorek online populace ČR

BEHAVIO

BEHAVIO

Proč ubytování nekoupili na Slevomatu?

Lidé mají pocit, že výhodně lze nakoupit v podstatě vždy.

Kreativa

agency

2x 30 sec. spot

https://youtu.be/f4bEmrC3xWU

https://youtu.be/pUojgiUCcE0

6 sec. spot

https://youtu.be/oxnvgQuFUjY

15 sec. spot

https://youtu.be/U9YjmQNpPFg

20 sec. spot recut - kreditová kampaň

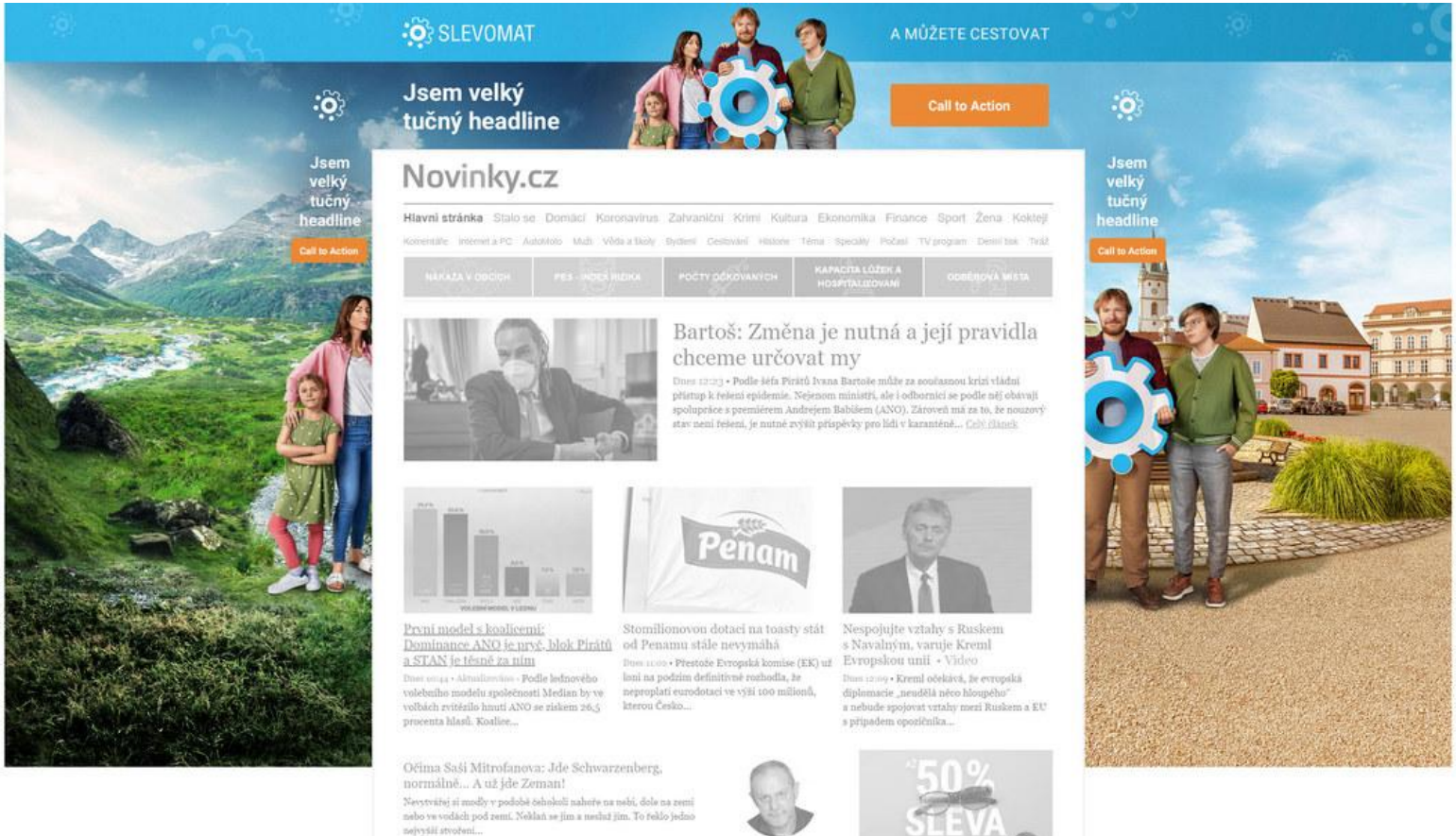
https://youtu.be/XWkhrRvjoPk

6 sec. spot - kreditová kampaň

https://youtu.be/S7UkoSyg3p8

Klíčový vizuál a vzory bannerů

Vzor pro branding bannery



agency