

Efektivní kreativita

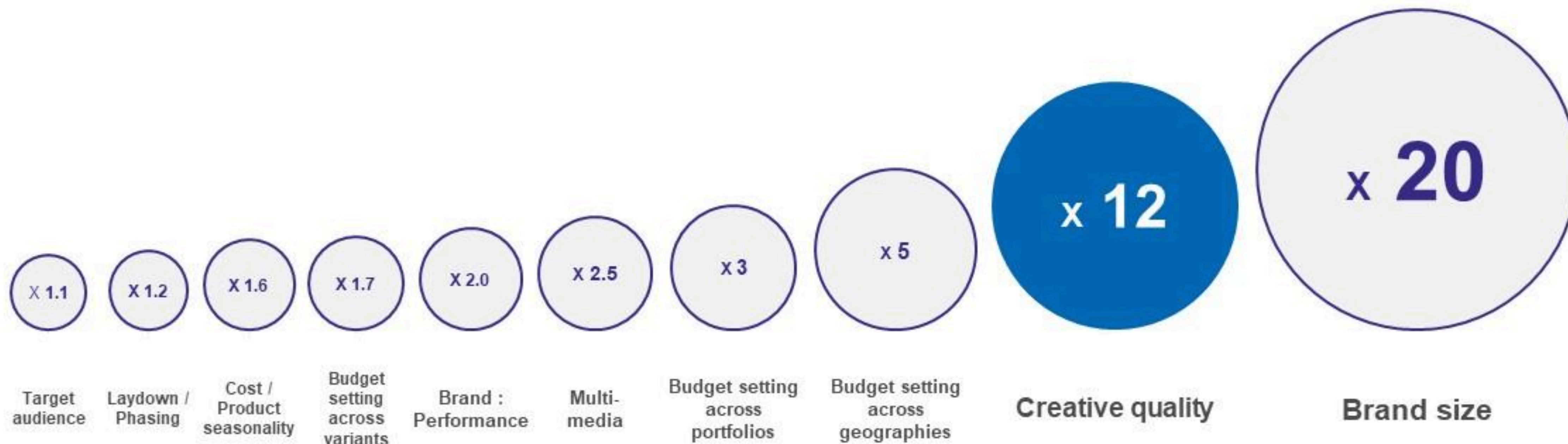
Kreativita dokáže znásobit ROI investice marketingu.



**Kreativita je
bezvýznamná, pokud
nemá jasný cíl.**

Kreativita dokáže znásobit efekt investice 12krát a více.

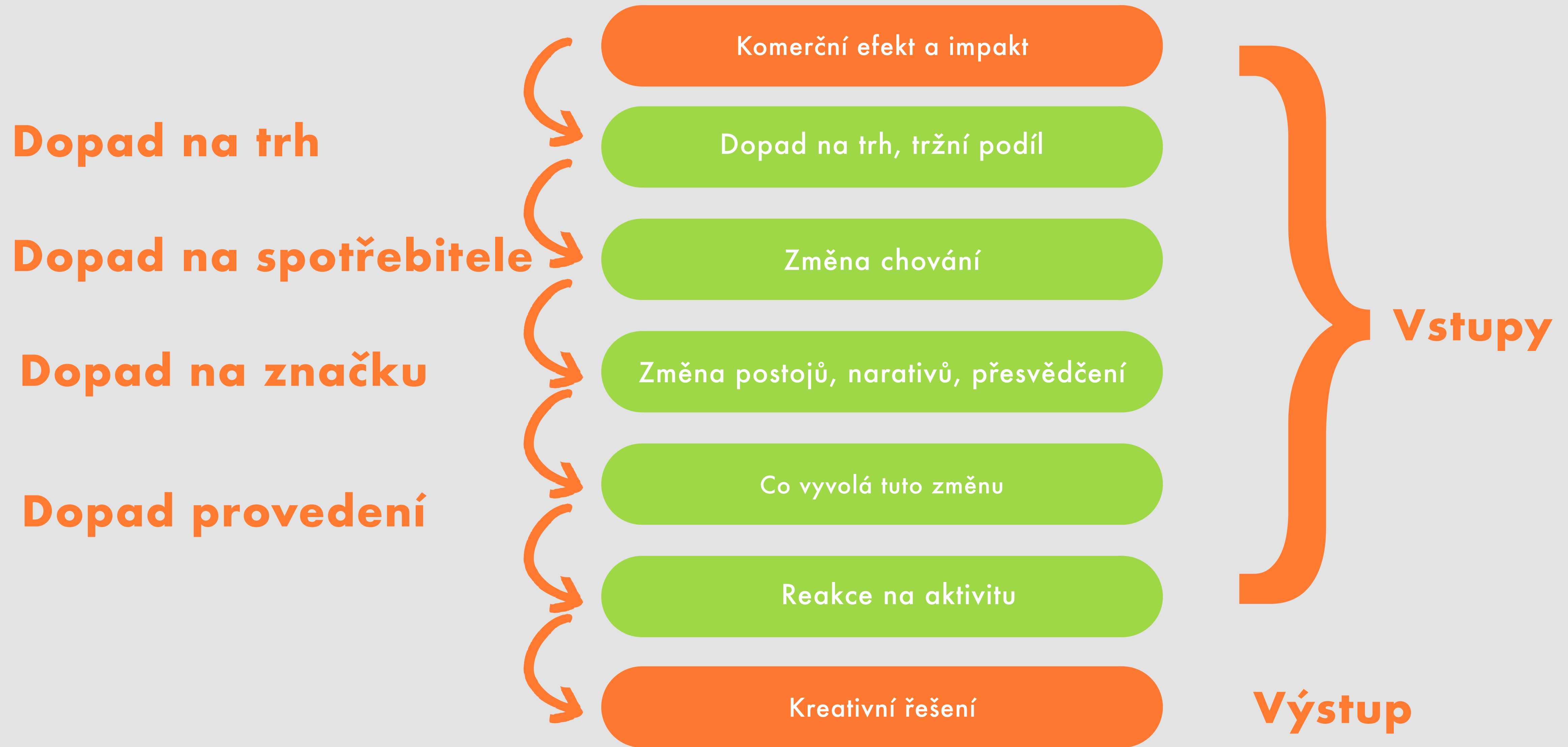
Potential multipliers of advertising profitability - (2023)



Source: The Drivers of Profitability, 2023, Paul Dyson - accelero, ROI multiplier = area of the circle

Mezi cílem a výsledkem je hned několik kroků.





3 Roky snižování rychlosti na českých silnicích



5 REAL
CULPRITS
RECREATING



Dopad na trh

Dopad na spotřebitele

Dopad na značku

Dopad provedení

Zredukovat ekonomické a lidské ztráty způsobené rychlou jízdou

Snížit nehody způsobené rychlostí

Přimět řidiče, aby zpomalil

Změnit konverzaci z nepřiměřené rychlosti na zbytečný spěch

Přimět řidiče, aby si uvědomili, že pár minut úspory času nestojí za to riziko

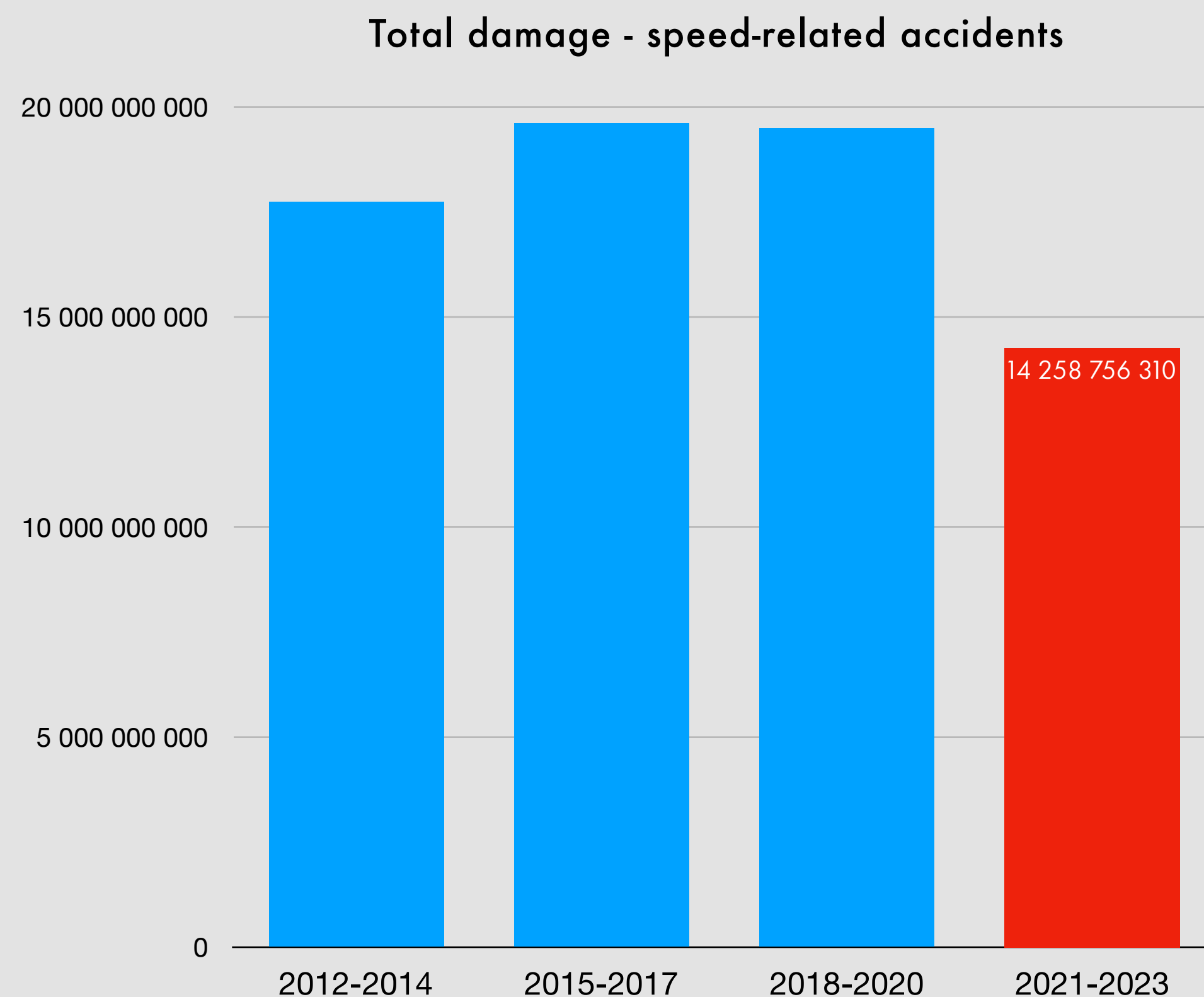
Umožnit řidičům prožít, že zbytečný spěch, za to nestojí.

13 Minut, Národní den beze spěchu

Vstupy

Výstup

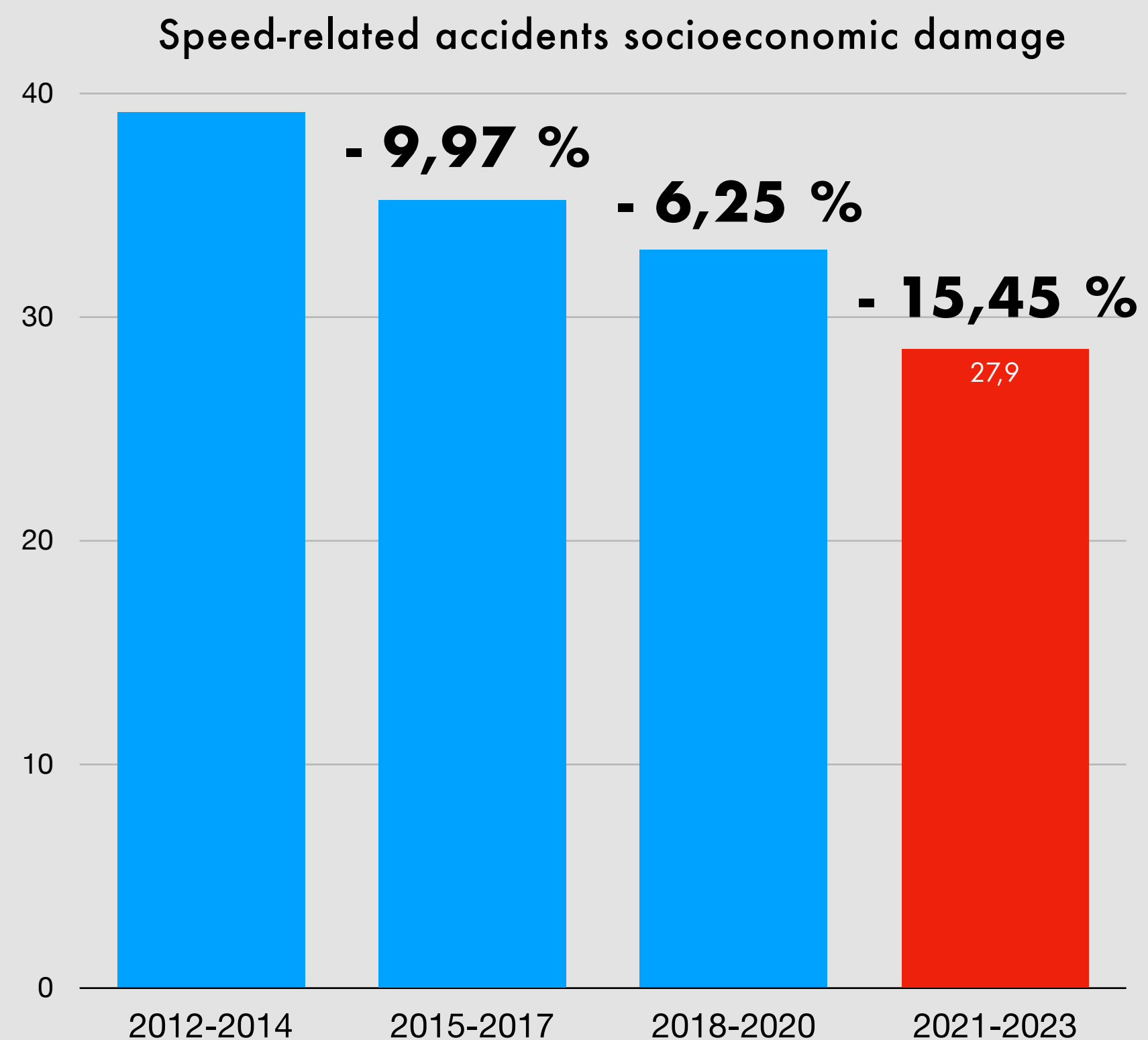
3 komerční dopad.



5,2 BILLION CZK

saved in insurance claims

Socioekonomický dopad



Zdvojnásobilo se tempo poklesu nehod

Nejdůležitější části kampaní

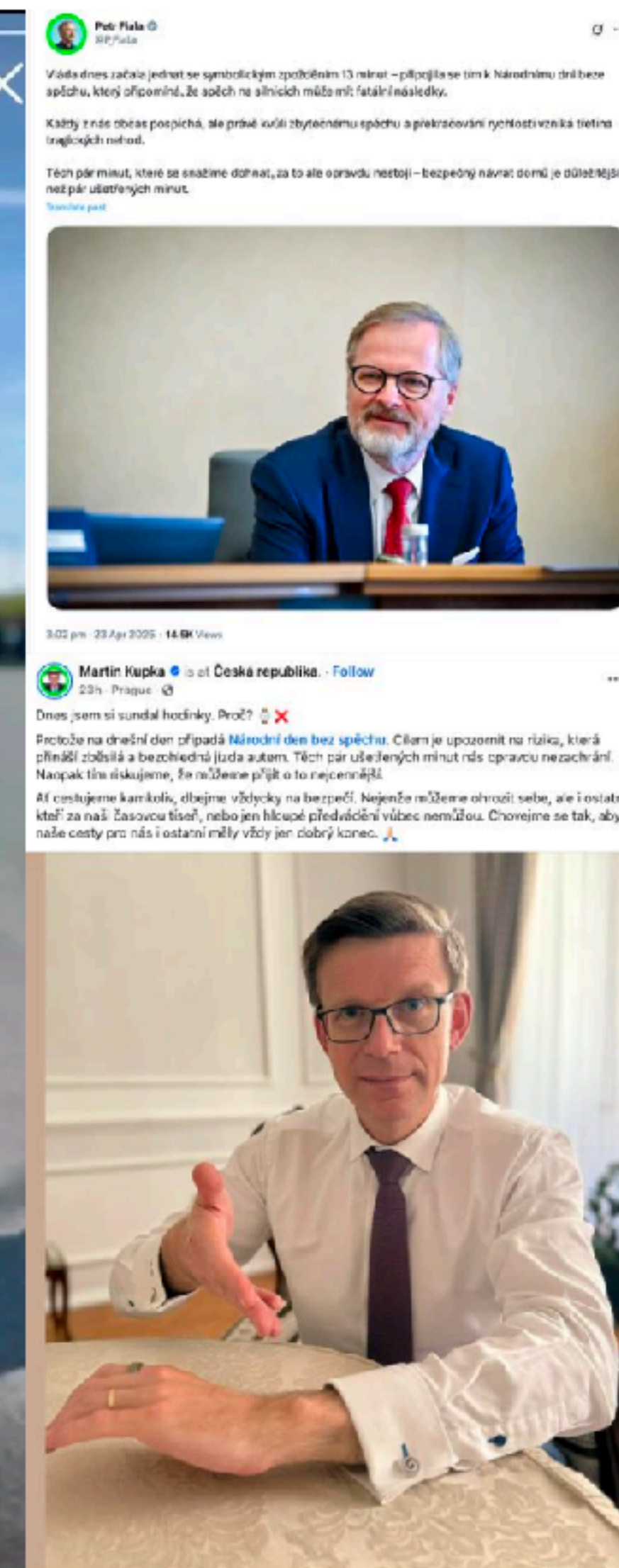


Odložení startů zápasů
MOL Cupu

Zastavení
staroměstského orloje

Zapojení prezidenta
a vlády

Zapojení desítek
partnerů a organizací



Počet výstupů napříč médii v průběhu let

Některé firmy a jednotlivci se zapojovali spontánně a podporovali naši myšlenku organicky

2023

55 výstupů

2024

182 výstupů

2025

382 výstupů



Celkový zásah kampaní

2023

2,8 MILIONU
OSLOVENÝCH

2024

7,3 MILIONU OSLOVENÝCH

X

FREKVENCE 4

2025

7,5 MILIONU OSLOVENÝCH

X

FREKVENCE 8

„Díky kampani jsem se zamyslel nad tím jak řídím...“



„Díky kampani jsem zpomalil, už tolik nespěchám...“



NDBS 2023

NDBS 2024

NDBS 2025

Dotazníkové řízení agentury Stemmark



“Často za volantem doháním čas...”

**CÍL SE PODAŘILO
SPLNIT NAD
OČEKÁVÁNÍ**



„Kampaň Národní den bez spěchu jsem zaznamenal!“

**35 % nad
benchmarkem trhu –
nadprůměrný
výsledek**



NDBS 2023

NDBS 2024

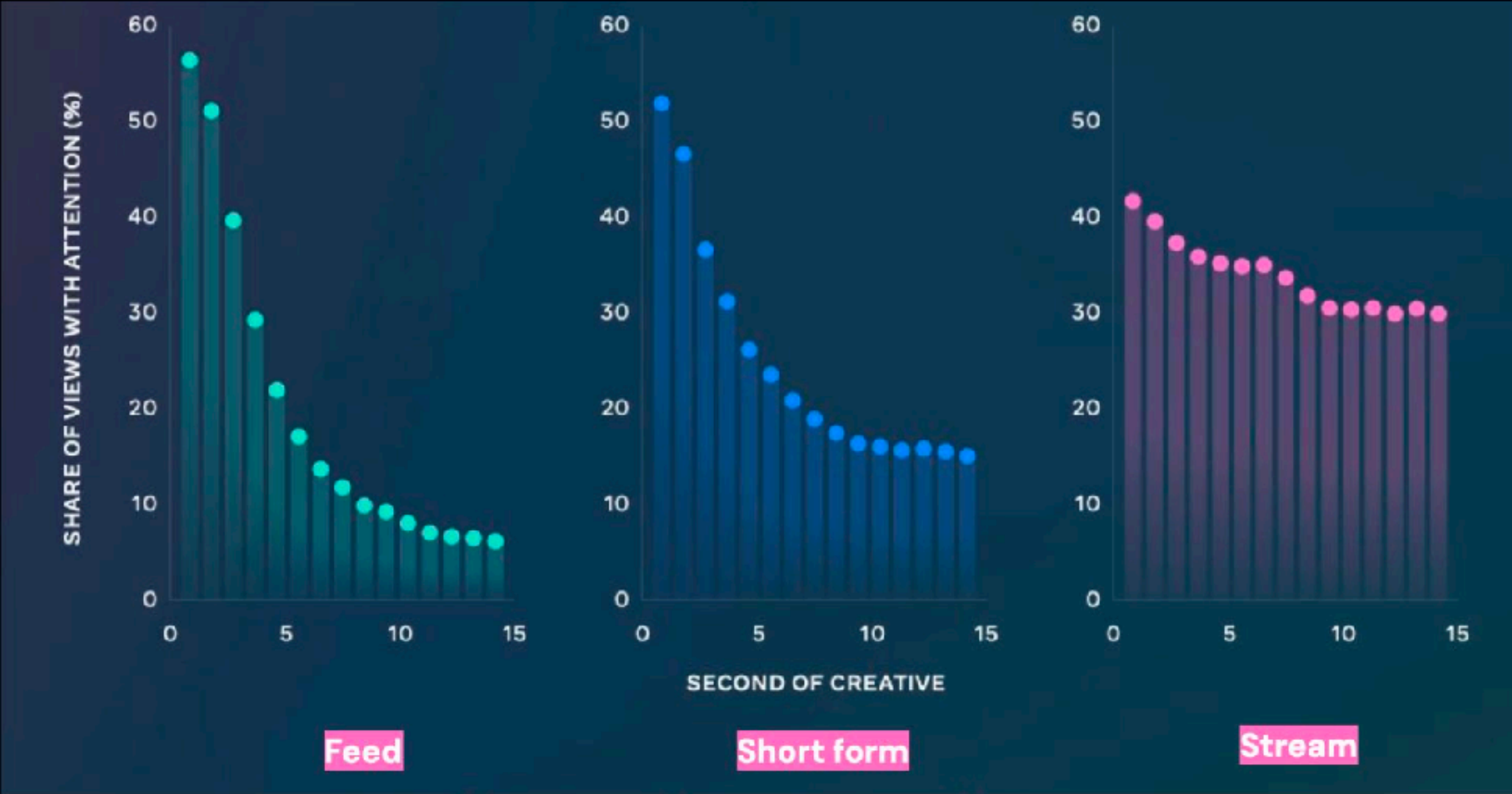
NDBS 2025

**I nejlepší plán je na nic, když si vás
nikdo nevšímne.**

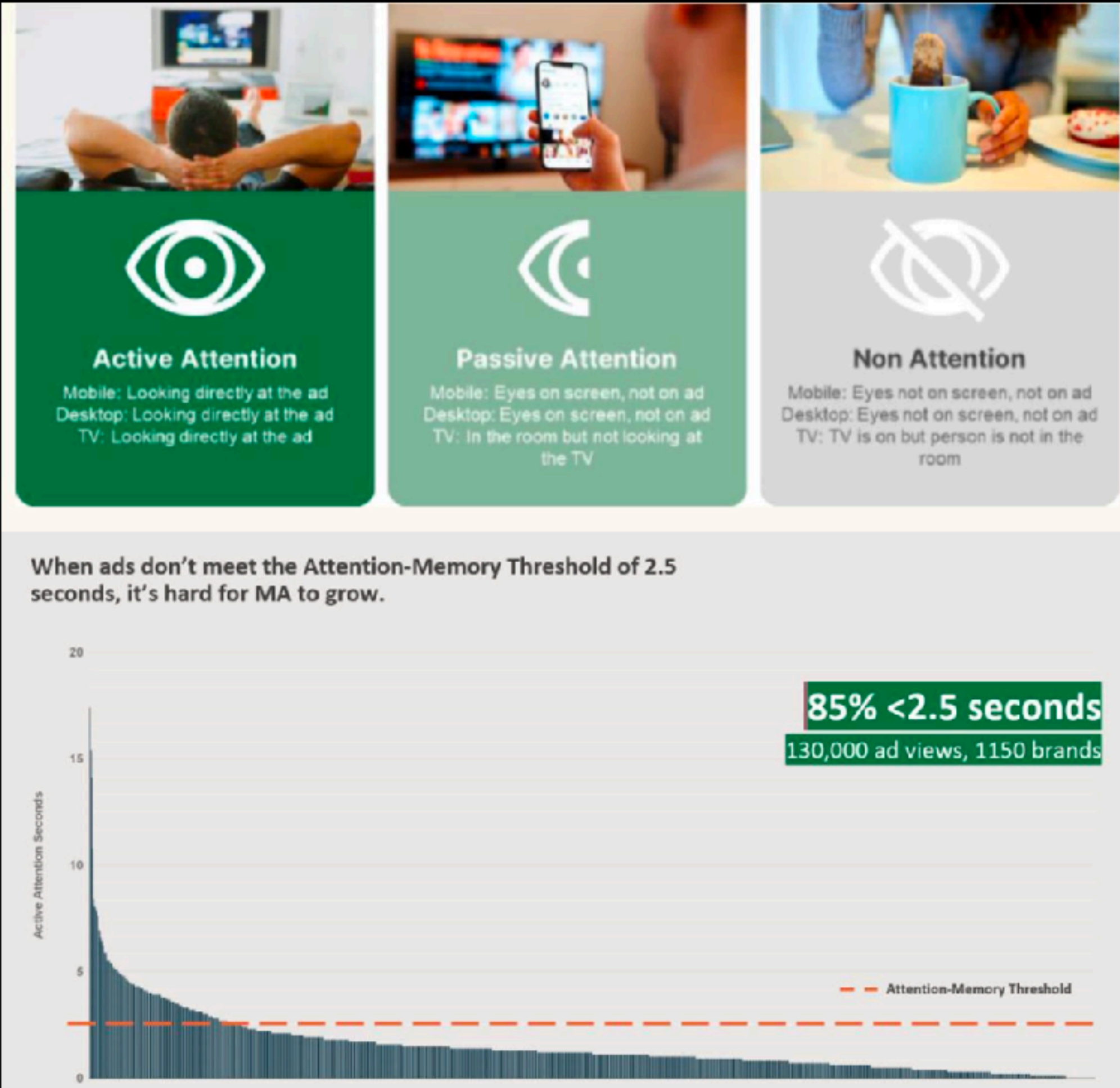
Krize pozornosti

2,5 sekundy, mobil

You need to work hard to gain and keep attention in most ad environments



Source: Meta, Realeyes, Decoding Digital Video Environments, 2023

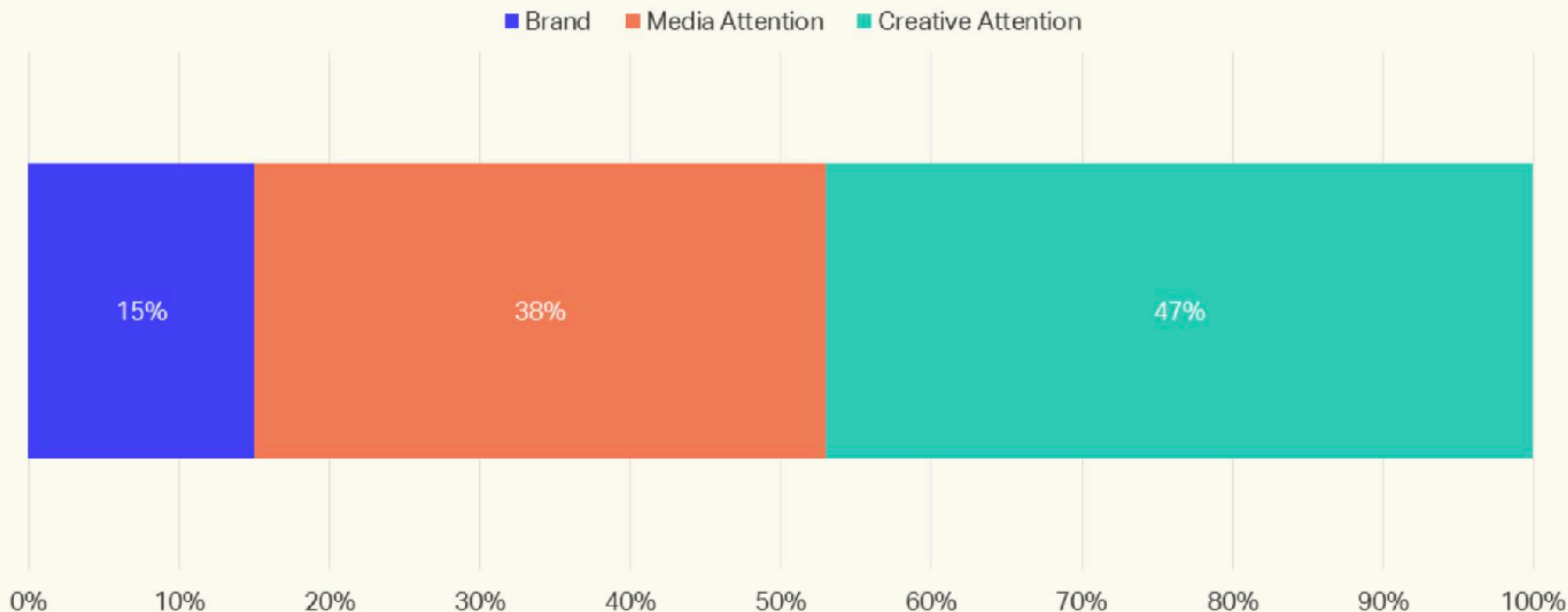


Kreativita je nejdůležitější faktor pro pozornost

Příběh, jedinečnost,
jednoduchost

Creative attention significantly drives brand impact WARC Creative

Factors contribution to sales outcomes

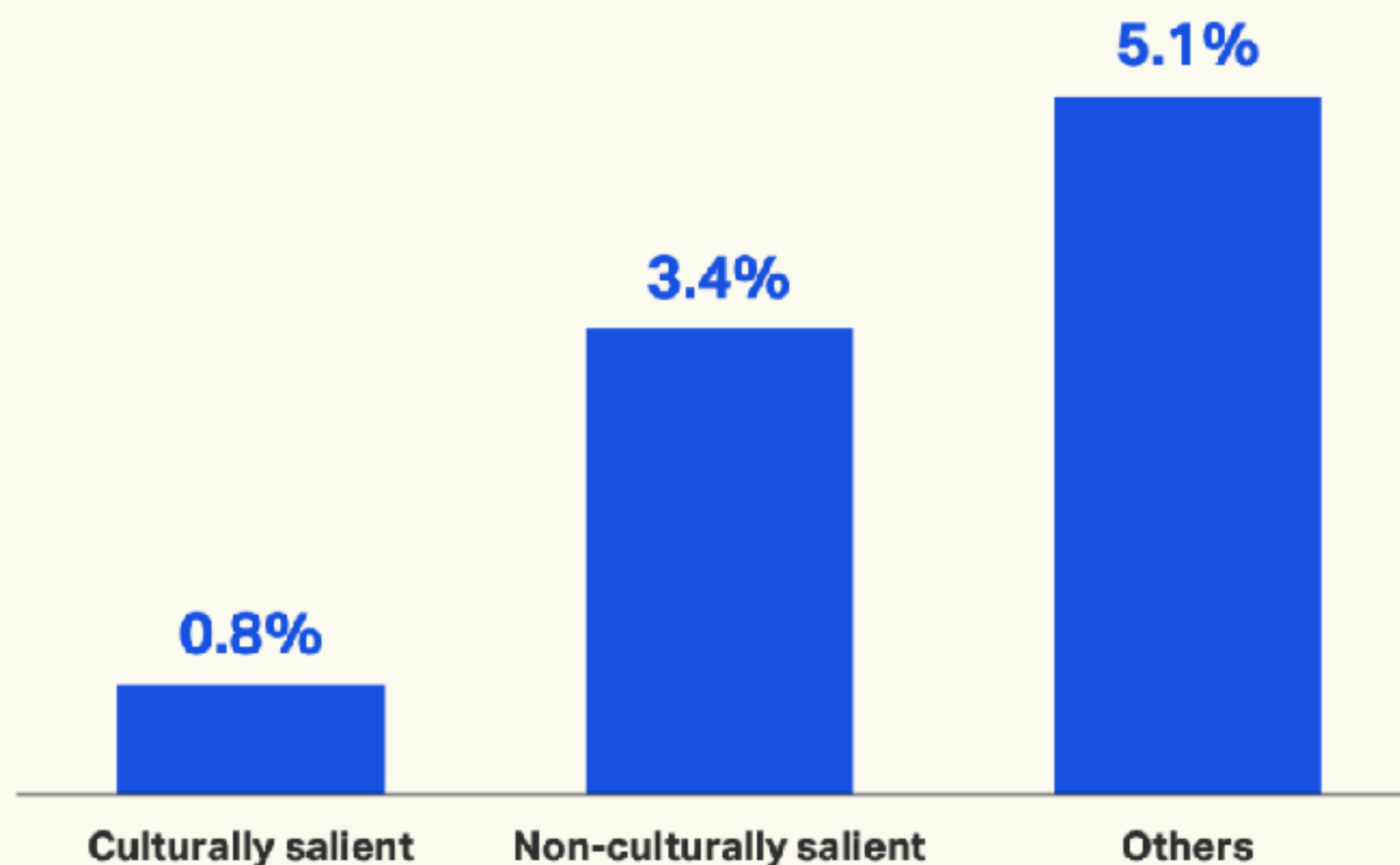


SOURCE: Using attention metrics to drive effectiveness: Four dimensions brands need to know about, WARC, 2023

Slavné kampaně, vzbuzující emoce. Kulturní relevance.

Culturally salient campaigns: Higher impact with lower budgets

Average Excess Share of Voice



Source: The earned effect study: TWSC study with IPA to understand impact of cultural salience on brands and companies.

Figure 59 Fame campaigns amplify emotional strengths

% reporting
very large
PROFIT
growth

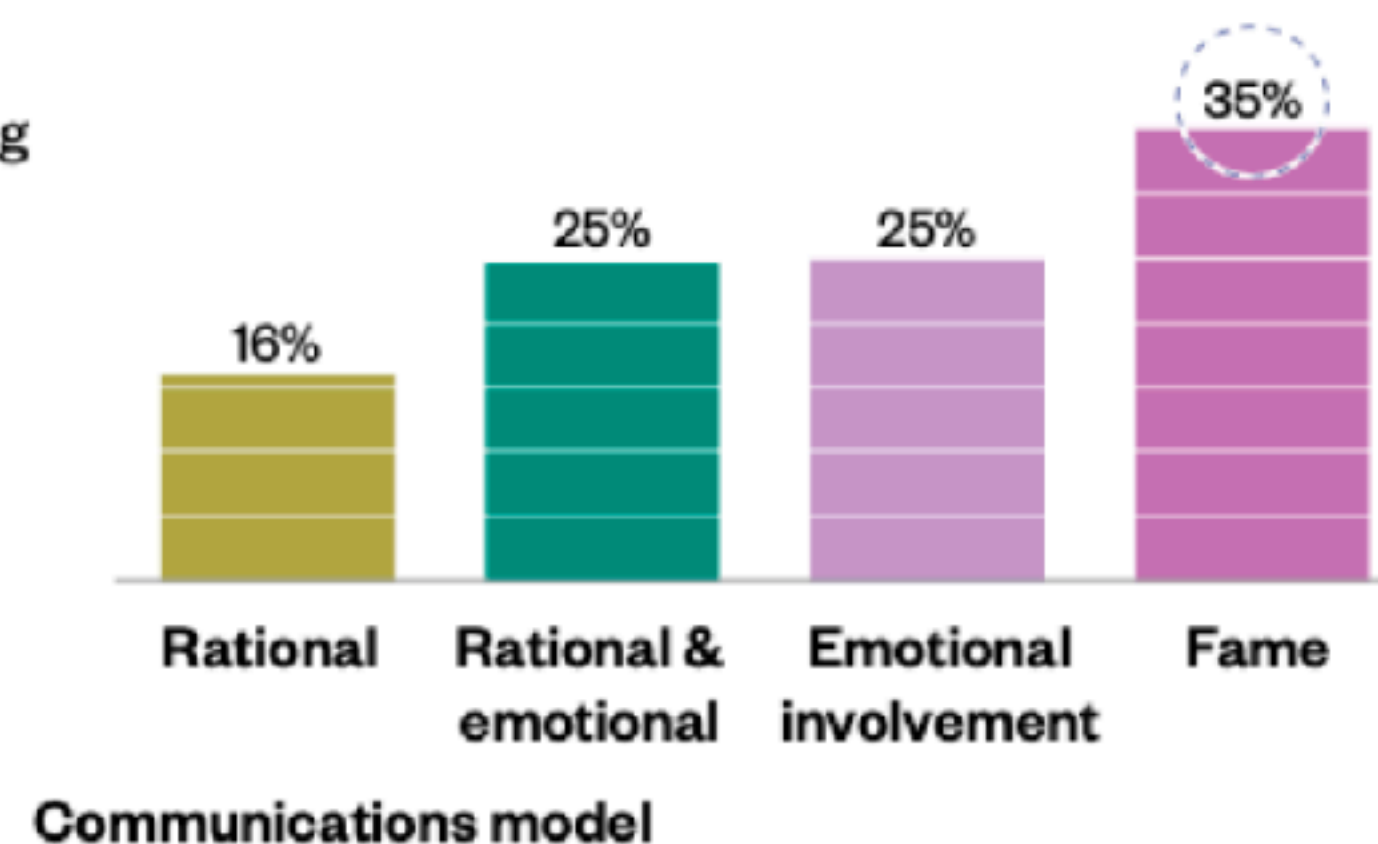
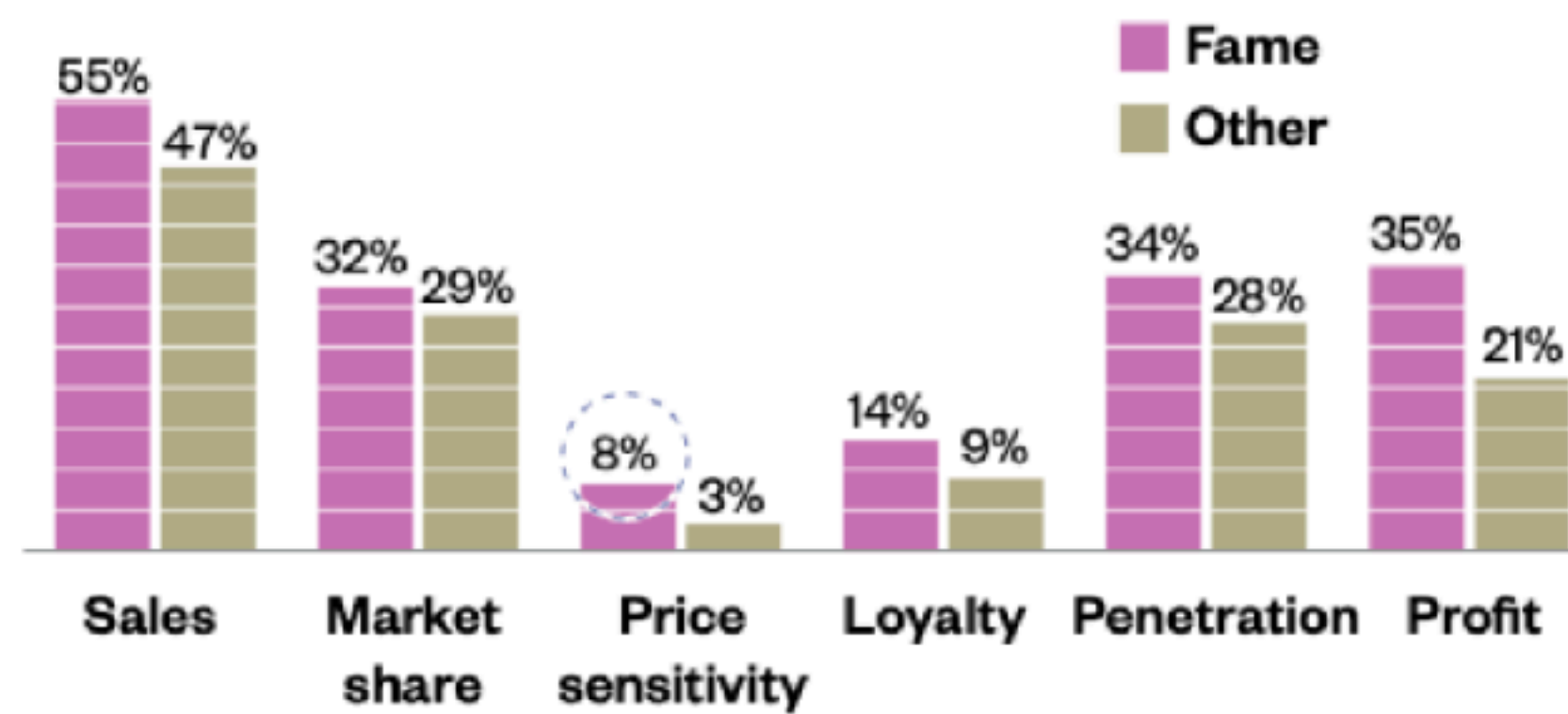


Figure 60 Fame campaigns outperform on all metrics, especially pricing

% reporting very large
IMPROVEMENTS in each metric

For campaigns that are:



Lucas G.
Screenwriter



Storytelling a náš mozek

Když posloucháme nebo čteme příběhy, mozku poskytují strukturu a organizaci informací. **Příběhy mají charakteristickou strukturu, která zahrnuje úvod, konflikt, vrchol a rozuzlení.** Tato struktura pomáhá mozku pochopit a zapamatovat si události v příběhu.

Storytelling a náš mozek

Příběhy také aktivují různé části mozku, včetně oblastí spojených s vnímáním, emocemi, motorikou a pamětí. Když se při čtení nebo poslouchání příběhu zapojujeme emocionálně, náš mozek produkuje oxytocin, což je hormon spojený s vytvářením důvěry a sociálními vazbami. Tím se vytváří silnější spojení mezi příběhem a našimi emocemi.

Emocionální odezva

Dalším způsobem, jak příběhy ovlivňují náš mozek, je jejich schopnost vyvolávat emocionální odezvu. Emoce jsou důležité pro naše zapamatování si informací a spojují se s konkrétními událostmi v příběhu. To nám umožňuje lépe si pamatovat a lépe se identifikovat s postavami a událostmi.

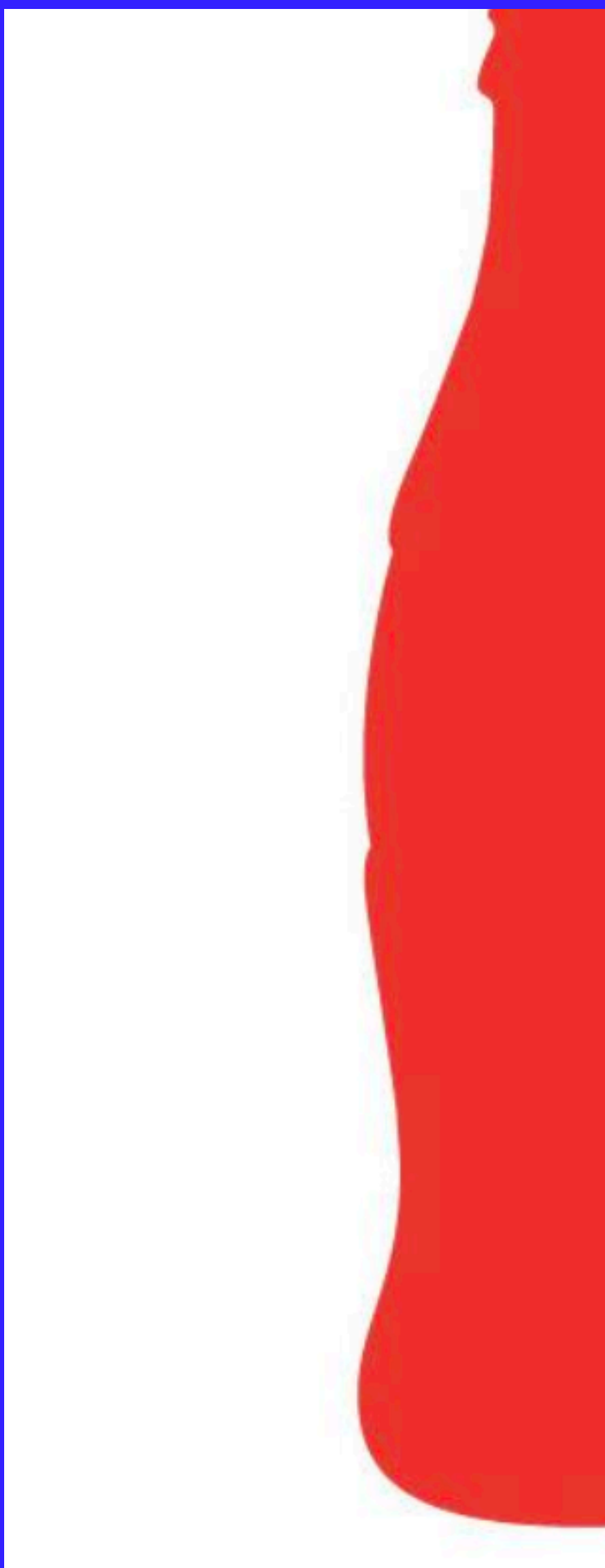
Storytelling a náš mozek

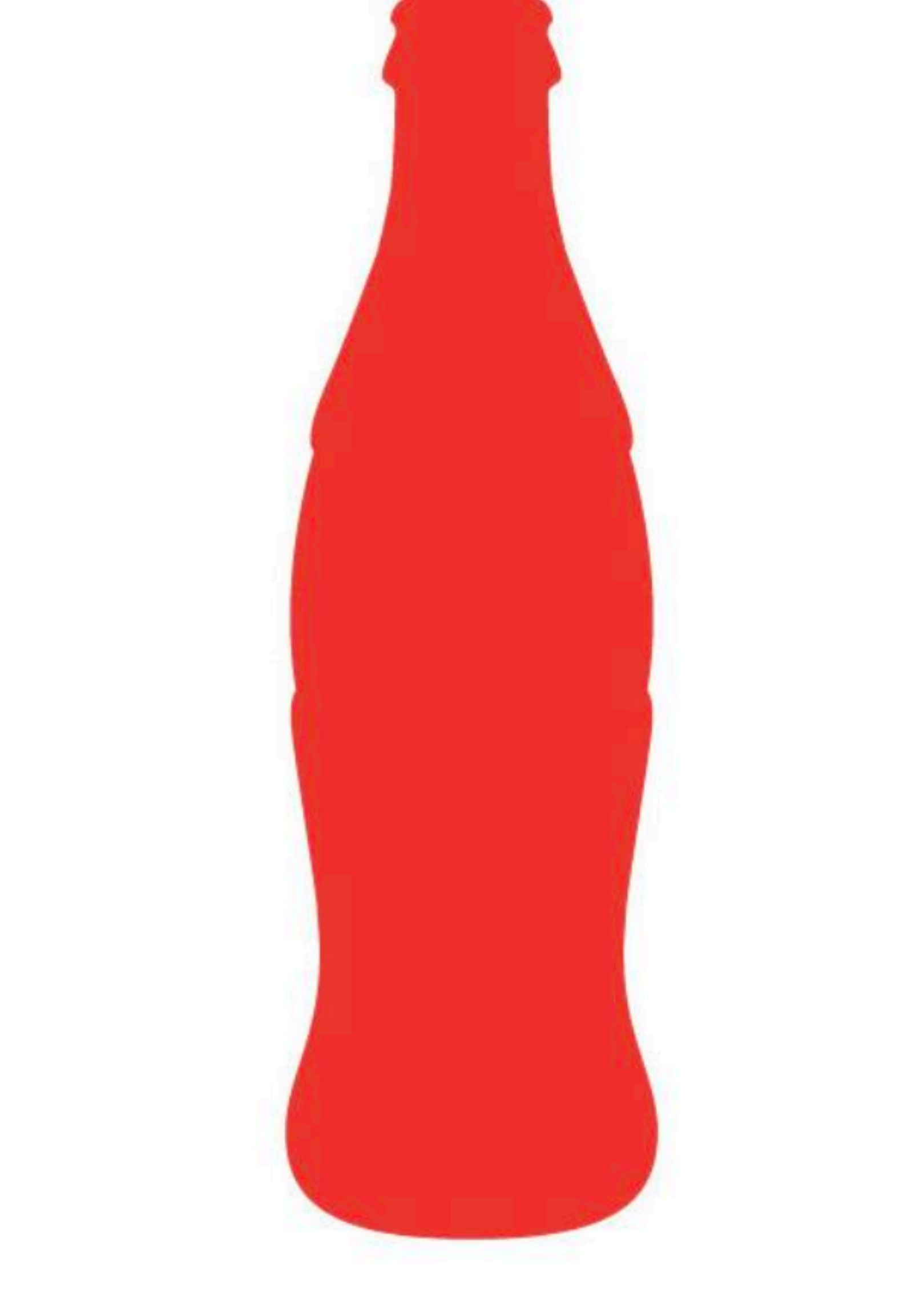
Dalším způsobem, jak příběhy ovlivňují mozek, je **prostřednictvím zrcadlových neuronů**. Tyto neurony se aktivují, když sledujeme nebo čteme o činnostech jiných lidí, a díky nim si můžeme představit, jaké by to bylo prožívat danou situaci. **Příběhy nám tak umožňují prožívat a vcítit se do zkušeností postav v příběhu.**

**Bud'te jedineční a lehce
identifikovatelní**



**DISTINCTIVENESS IS WHAT
TRULY MATTERS**





Jasně cíle

Emoce - smích, překvapení, pláč

Příběh

Jedinečnost

Srozumitelnost, jednoduchost