

Seznam příloh

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 (s. 25): PENNY Vánoce. [screenshot videa]. In: YouTube.com. [online video]. PENNY, 2017. [cit. 27.7.2021]. 0:06. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=vzy2Odkmls0>

Obrázek č. 2 (s. 26): Kofola Prasátko. [screenshot videa]. In: YouTube.com. [online video]. Kofola, 2003. [cit. 27.7.2021]. 0:26. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Fz1WjfGnASw>

Obrázek č. 3 (s. 27): Vánoce s Milkou, 60 sec CZ. [screenshot videa]. In: YouTube.com. [online video]. Milka, 2019. [cit. 27.7.2021]. 0:50. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=NCPZs-k2nWQ>

Obrázek č. 4 (s. 28): Pilsner Urquell: Ty pravé Vánoce. [screenshot videa]. In: YouTube.com. [online video]. Pilsner Urquell, 2018. [cit. 27.7.2021]. 0:14. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=J8e1DxJ_8bs

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 (s. 13): Tabulka složení některých sekundárních emocí. Zdroj: Zeitlin a Westwood, 1986. [cit. 27.7.2021].

Tabulka č. 2 (s. 30): Výsledky úvodního dotazníku

Zestručněný zápis nahraných rozhovorů

RESPONDENT ADAM, 18 LET, PRAHA

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

- 1) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?)
 - i. Spot na značku Kofola. Je vtipný i po letech, spojován s tradicí
- 2) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?)
 - ii. PENNY – všechny ostatní spoty mají kousek positivity, PENNY působí depresivně a narušuje tak pohodu Vánoc
- 3) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky?
 - iii. Mezigenerační vztahy – zajímavé téma, zahřeje u srdce

1) PENNY

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Podobnou, ne přímo tuto.

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Spíše ano, ukazuje vzájemnou lidskou pomoc a důležitost rodiny. Když je člověk sám, je to smutné.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Ne

Uvedte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Sad/smutný – starý člověk, osamělost

Touched – nepovedené pečení podle receptu zesnulé manželky

Hopeful – v budoucnu bude senior možná večeřet s rodinou holčičky? Nebude sám.

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Spot je překvapivě dobře natočen, jsou zde dobré herecké výkony

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Spojení spíše s nadací Krása pomoci Taťány Kuchařové, ne s Penny. Spot je nic neříkající, divák se nedozví, co přesně nadace dělá.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Ne, není k tomu důvod.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ne

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

b. Pokud ano, čím?

Ano, je zapamatovatelná silným působením na city a vyvoláním smutku a soucitu. V době, kdy děti koukají akorát na Youtubery, člověka zahřeje u srdce dobrosrdečnost malého děvčete, které obdaruje seniora a dodá mu tím jiskru

do života a pocit, že život ještě není ztracen. Zajímavé je také naznačené spojení mladé a starší generace.

2) KOFOLA

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano

Líbila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Ano. Reklama mě baví každé Vánoce, kdy běží, už se jedná o vánoční tradici.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Ano. Otec mé přítelkyně každé Vánoce řezá vánoční stromek v lese stejně, jako je znázorněno v dané reklamě. Toto spojení ve mně vyvolává humorný pocit.

Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Happy/Šťastný – dětská nevinost, nesmrtelné hlášky – např. „Nene, já nemusím, já už ho vidím.“

Christmassy/Vánoční – sníh, oděvy, vánoční prasátko, vánoční strom

Fun/Veselý – divočák, útěk před divočákem

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Nic

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Ne přímo ze spotu. Reklama je vtipná, každoročně slouží pro pobavení, značku si s daným spotem spojuji pouze díky pravidelnému opakování.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Ano, pozitivně. Reklama mě vždy pobaví a vnímám ji jako každoroční tradici, na kterou se těším.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ne

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Ano. Zapamatovatelná je celá řeč malé holčičky, včetně dikce a citoslovcí na konci spotu, kdy otec s dcerou utíkají před divočákem. Samotný útěk je také zapamatovatelný, dialogy i celý koncept jsou humorného charakteru, který si s žádnou jinou reklamou nespolehu.

3) MILKA

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Myslím, že ano.

Líbila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Ano, připadá mi podobná jako první zhlédnutá reklama. „Útočí“ na nás štědrostí Vánoc, kdy by na sebe lidé měli být hodní a pohlížet i na ostatní, ne jen na sebe. Hezky znázorňuje, že se mají mít lidé o Vánocích rádi a že je to část roku, na kterou se všichni těší. Líbil se mi obzvláště ten konec, kdy holčička udělala radost hluchému pánovi tím, že se naučila větu ve znakové řeči.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Nic mě nenapadá.

Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Happy/Šťastný – radost hluchého pána na konci, hezké gesto holčičky

Christmassy/Vánoční – zpěv sboru, vánoční strom, vánoční hvězda
Surprised – Holčička se naučila znakovou řeč jen kvůli hluchému dědovi
Satisfied – spojení mládí a stáří

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Zaujalo mě využití znakové řeči, převážně tedy na konci, když se holčička naučila větu pro toho hluchého pána. Ačkoliv mu lektorka zpěvu v podstatě vynadala, že ruší nácvik, holčička pánovi ukázala, že si jeho i jeho práce váží.

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Pouze na konci, jinak ne.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Ne.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ne

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Ano, opět vztahem dvou odlišných generací, ale také zobrazením fyzického postižení.

4) PILSNER URQUELL

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Ano, líbila. Spot je velmi hezky natočen, například co se týče prostředí. Na konci dcera moc hezky zpívá a příjemně překvapí svého otce.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Nic mě nenapadá.

Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Christmassy/Vánoční – mše, vánoční stromek, sníh, vánoční dárky

Touched/Dojatý – překvapení pro otce na konci

Emotional – překvapení pro otce na konci

Suprised – překvapení pro otce na konci

Satisfied – odejde od domácí pohody, ale znovu se s otcem sejde

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Zaujalo mě, jak dcera odešla v průběhu rodinné oslavy, aniž by pomalu komukoliv něco řekla. Také to, že otci dala svítícího kulicha – netradiční dárek.

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Během přitukávání si pivem u stolu.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Ne.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Přímo ne, ale dostal jsem na pivo Plzeň během sledování spotu chut.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Hezkým zpěvem dcery.

RESPONDENTKA GABRIELA, 22 LET, PRAHA

Spot číslo 1: Penny

- 1) Ne
- 2) Ne – příliš citově zbarvené, vyvolává pocit smutku a beznaděje
- 3) Ne
- 4) Dojemný – dárek od dítěte, emocionální – smrt manželky, smutný – starý opuštěný pán
- 5) Ne
- 6) Ne – logo Penny ani nadace Taťány Kuchařové nebylo zobrazeno až do úplného konce, kdyby to nebylo v názvu YT videa, do poslední vteřiny by nebylo jasné, o jakou reklamu se jedná. Reklama je hodně citově zbarvená a kdyby na konci bylo logo jakékoliv značky, fungovala by nejspíš naprosto stejně.
- 7) Ne
- 8) Ne
- 9) Ne

Spot číslo 4: Pilsner Urquell

- 1) Ne
- 2) Ano – nepřišla mi to přehnaně cílené na city
- 3) Ano – scéna rodinné večeře mi připomněla hezké vzpomínky – pocit nostalgie
- 4) Šťastný – rodina, Dojemný – objetí na konci, Sváteční – dekorace v bytu a přípitek, Nostalgický – půlnoční mše
- 5) Ne
- 6) Ano – přípitek pivem a pilsner lahve na stole
- 7) Ne
- 8) Ne
- 9) Ano – hudbou. písničkou na konci

Spot číslo 3: Milka

- 1) Ne
- 2) Ano – navozuje příjemný pocit, není přehnaně orientovaná na city
- 3) Ano – vzpomínka na vánoční koncerty dětského sboru, kde jsem účinkovala – pocit nostalgie
- 4) Živý/veselý – dětský sbor, sváteční – výzdoba, sentimentální – prostředí vánoční besídky ve škole
- 5) Ano – použití znakového jazyka
- 6) Ano – díky logu hned na začátku reklamy
- 7) Ne
- 8) Ne
- 9) Ano – znakovou řečí, jelikož to moc často v reklamách nevidám

Spot číslo 2: Kofola

- 1) Ano
- 2) Ano – reklama už běží tolik let, že už se z ní stala taková tradice. Navíc se jaksí stala interním vtipem naší rodiny. Zároveň se mi líbí, že reklama má vtipnou zápletku.
- 3) Ano – nákup vánočního stromku – pocit radosti a nostalgie
- 4) Vtipný – zápletku s divočákem, dojemný – otec a dcera, nostalgický – řezání vánočního stromku
- 5) Ne

- 6) Ano – protože reklamu už znám
- 7) Ne
- 8) Ne
- 9) Líbí se mi kulturní kontext zlatého prasátka, který je typicky český. To podle mě souzní se značkou.

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

- 4) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?)
Kofola – reklama je snadno zapamatovatelná, vtipná a ryze „česká“, což spoustu lidí potěší. Už jen fakt, že reklama běží několik let vypovídá o tom, že funguje dobře.
- 5) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?)
Penny & Nadace Taťány Kuchařové – spot hraje až příliš na city. Vyvolává smutek a negativní emoce. Zároveň do poslední chvíle není jasné o co jde a ani na konci spot nemotivuje ani nepodněcuje k přímé akci nebo koupi produktů.
- 6) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky? sváteční tematika Vánoc – tři ze čtyř reklam vyvolaly vzpomínky na rodinné Vánoce a různé tradice. Všechny čtyři reklamy byly také „hrou na city“, některé méně, některé více, ale téměř ze všech jsem měla nostalgický pocit.

RESPONDENTKA VERONIKA, 26 LET, PRAHA

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

- 7) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?)
- i. Pokud by vše běželo jen jeden rok, nejlepší reklama je na Milku, protože si ji divák během zhlédnutí dokáže spojit s danou značkou. Obecně si ale myslím, že nejlepší je spot na Kofolu, protože běží už velmi dlouho a lidé na ni stejně vždy každé Vánoce čekají. Ačkoliv v ní Kofola také nikde nijak zvláště nefiguruje, v průběhu let si již diváci spojení se značkou vytvořili.
- 8) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?)
- ii. Penny, jelikož ačkoliv je příběh dojemný, člověk si ho s danou značkou s velkou pravděpodobností nespojí, a ačkoliv na příběh nezapomene, zapomene na značku.
- 9) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky?
- iii. Kromě Kofoly ostatní tři hrají na city, na rozdávání dobra na Vánoce, Kofola sází spíše na vtip. Hraní na city ve mně vyvolává často pocit nostalgie a vřelosti, humor v reklamě mě baví, pokud je dobře vymyšlen.

1) PLZEŇ

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Reklama se mi líbí, protože navozuje pocit blížících se Vánoc. Vadí mi na ní zpěv hlavní postavy dcery, který je falešný a vadí mi házení dárků ve vánoční atmosféře.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Scházení se celé rodiny na Vánoce, spokojenost, ačkoliv máme každý vlastní rodinu, na svátky se přesto sejdem.

Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Relaxed - celé téma reklamy, vánoční ladění

Satisfied – kontrast mé osoby k hlavní hrdince – ona mi vadí, já jsem lepší

Emotional – dcera přišla jen na chvíli, pak je otec dojatý, rodinné vazby

Annoyed, Irritated – falešný zpěv, házení dárků

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Falešný zpěv, dojetí otce

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Ano, ale pouze díky tomu, že reklamu již znám.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Ne

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ne

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Ano, hodně hraje na city, nezobrazuje milenecké vztahy.

2) PENNY

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ne

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Spíše ne, Když se těším na Vánoce, chtěla bych vidět spíše pozitivní a dojemné reklamy, ale z této jsem smutná. Na druhou stranu Vánoce nejsou jen veselé.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Spojila jsem si to s tím, když jsem byla dítě a naši rodinu navštěvovala prababička. Bylo hezké, že nebyla sama.

Zpětně jsem si to neuvědomovala, ale teď již ano.

Uved'te ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Touched, Emotional – vzpomíná na ženu, neumí se bez ní postarat

Warm – sympatie k seniorovi

Sad – Jsou Vánoce a senior myslí na svou mrtvou ženu

Irritated – Kontrast k veselí Vánoc

Confused – zároveň je to dojemné, ale zároveň se asi o Vánocích nechci dívat na takovouto reklamu

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Čichání k oblečení zesnulé ženy, aby si ji připomněl.

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Ne. Reklama se značkou vůbec nesouvisela.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Spíše ne, ale je hezké, že se místo propagace produktů snaží ukázat důležitost toho, aby člověk nebyl sám.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ne. Když mám blíže Tesco, půjdu tam.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Ano, extrémní dojemností. Nezapamatovala bych si ale značku.

Zajímavost – v polovině dotazníku si respondentka začala zpívat původní píseň reklamy č. 4 – Pilsner Urquell.

3) KOFOLA

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Libila, reklama je vtipná, holčička je roztomilá, na reklamu se i po těch letech ráda podívám.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Ano, jako malá jsem také myslela, že uvidím zlaté prasátko, když nebudu papat. A nikdy jsem ho neviděla. Takže

nostalgie a zklamání.

Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Happy, warm, Christmassy, emotional, Satisfied, joyous – vím, že jsou Vánoce

Nostalgic – znám ji od dětství

Intrigued, lively/fun – vtip, roztomilost

Relaxed – pohodová reklama

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Řezání stromku - ilegální

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Teď již ano, hlavně díky pravidelnému opakování. O kofolu v reklamě vlastně nejde, ale divák si to pamatuje.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Spíše ne, pouze si řeknu, že člověk, který reklamu vymyslel, odvedl dobrou práci.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Neovlivnila.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Asi všim, celým vtipným konceptem. Příběh je prostě zapamatovatelný.

4) MILKA

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Myslím, že ano.

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Byla mi lhostejná, spíše byla příjemně laděna tím, že holčička ocenila práci hluchého dědy. Na druhou stranu jsem příliš nepochopila, proč musel být ten děda hluchý.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Spojila jsem si to se vzpomínkou, když jsme se školním sborem zpívali vždy před Vánocemi Rybovu Mši vánoční, vyvolalo to ve mně radost a natěšení na Vánoce.

Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Emotional, touched – Je dojemné, že senior pracoval vlastně pro ten sbor, což ocenila akorát a malá holčička.

Confused, Irritated – nemohl senior chvíli počkat, než sbor dokončí zkoušku? Přemýšlela jsem nad reklamou pragmaticky, senior se mohl předem domluvit.

Bored – zbytečně dlouhé, děti nemusely zpívat tak dlouho

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Zaujalo mě, že sbormistryně dokáže porozumět znakové řeči. Pokud to ovšem dokázala, což není nikde řečeno.

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Nejprve ne, díky postavice na židli poté ano.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Možná lehce, ocenila jsem, jak holčička ocenila tu práci seniora, na to je hezké poukázat.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Určitě ne, Milku mám ovšem ráda tak jako tak, takže si ji kupuji bez ohledu na tuto reklamu.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Dojemností a tím, že malá holčička dokáže ocenit seniorovu práci. Zároveň holčička je velmi pohledná, což se u menších dětí využívaných v reklamě často nestává.

RESPONDENT JIŘÍ, 28 LET, PRAHA

4

POZ

(Happy) Šťastný

(Warm) Hřejivý

(Nostalgic/reminiscent) Nostalgický

(Excited/upbeat) Nadšený

(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální

(Emotional) Emocionální

(Intrigued) Zaujatý

(Lively/fun) Živý/veselý/vtipný

(Relaxed) Vyklidněný

(Hopeful) Nadějný

(Surprised) Překvapený

(Satisfied) Uspokojený

(Joyous) Radostný

NEG

(Confused/unsure) Zmatený/nejistý

(Annoyed) Otrávený

(Disappointed) Zklamáný

(Sad) Smutný

(Ill) Nemocný (ve smyslu znechucený)

(Angry) Naštvaný

(Bored) Znuděný

(Irritated) Iritovaný

- 2) Viděli jste již danou reklamu dříve? Ano, v TV
- 3) Líbila se vám zhlédnutá reklama?
 - a) ~~Pokud ano, popište prosím stručně proč.~~
 - b) Pokud ne, popište prosím stručně proč.
 - Rozčiluje mě, že dcera opustí rodinu na Štědrý den. Její chování mi přijde minimálně vůči rodině nevhodné. A to i přes to, že se rodina shledá v kostele.
- 4) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)
 - Se Štědrým dnem a štědrovečerní večeří.
- 5) Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)
 - a. Sváteční – jedná se o vánoční reklamu

- b. Nadějný – že se nakonec rodina sešla alespoň v kostele
 - c. Zklamáný – chování dcery mi přijde nevhodné
 - d. Smutný – chápu znechucení nebo smutek otce
 - e. Iritovaný – chování dcery
- 6) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?
- a. Pokud ano, uveďte prosím co. – Vyloženě nic, co by mě zaujalo jsem ve spotu nenašel
- 7) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?
- a. ~~Pokud ano, díky čemu?~~
 - b. Pokud ne, kvůli čemu? Nejedná se o typickou reklamu na pivo.
- 8) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?
- a. Pokud ano, jak? Ne.
- 9) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?
- a. Pokud ano, jak? Ne.
- 10) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?
- a. Pokud ano, čím? Ano, je. Pilsner Urquell v posledních letech sází na emotivní reklamy, díky čemuž jsem si je zapamatoval.

2

POZ

(Happy) Šťastný

(Warm) Hřejivý

(Nostalgic/reminiscent) Nostalgický

(Excited/upbeat) Nadšený

(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální

(Emotional) Emocionální

(Intrigued) Zaujatý

(Lively/fun) Živý/veselý/vtipný

(Relaxed) Vyklidněný

(Hopeful) Nadějný

(Surprised) Překvapený

(Satisfied) Uspokojený

(Joyous) Radostný

NEG

(Confused/unsure) Zmatený/nejistý

(Annoyed) Otrávený

(Disappointed) Zklamáný

(Sad) Smutný

(Ill) Nemocný (ve smyslu znechucený)

(Angry) Naštvaný

(Bored) Znuděný

(Irritated) Iritovaný

- 11) Viděli jste již danou reklamu dříve? Ano.
12) Líbila se vám zhlédnutá reklama?
c) Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Dle mého názoru se jedná o typickou českou reklamu s nápadem. Myslím, že patří ke klasickým reklamám v českých předvánočních televizích.

d) Pokud ne, popište prosím stručně proč.

- 13) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)
a. Výchova dětí – vysvětlování tradice zlatého prasátka.
- 14) Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)
a. Šťastný – jakmile se objeví tato reklama v TV, tak si vždy připomenu, že se blíží Vánoce
b. Hřejivý – hezký vztah dcery a otce
c. Nostalgický – reklama běží v českých televizích před Vánoci již řadu let beze změny, a mně připomíná dětství.
d. Sváteční – připomíná mi Vánoce
e. Radostný – vtipná reklama
- 15) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?
a. Pokud ano, uveďte prosím co.
i. Tatínek uřezává stromek v lese, což je typický znak řady českých rodin.
- 16) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?
a. Pokud ano, díky čemu?
i. Po těch letech mám tu reklamu již spojenou se značkou Kofola
- 17) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?
a. Pokud ano, jak? Ne.
- 18) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?
a. Pokud ano, jak? Ne.
- 19) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?
a. Pokud ano, čím? Ano, hlášky z reklamy jsou nezapomenutelné.

1

POZ

(Happy) Šťastný

(Warm) Hřejivý

(Nostalgic/reminiscent) Nostalgický

(Excited/upbeat) Nadšený

(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální

(Emotional) Emocionální

(Intrigued) Zaujatý

(Lively/fun) Živý/veselý/vtipný

(Relaxed) Vyklidněný

(Hopeful) Nadějný
(Surprised) Překvapený
(Satisfied) Uspokojený
(Joyous) Radostný

NEG

(Confused/unsure) Zmatený/nejistý

(Annoyed) Otrávený

(Disappointed) Zklamáný

(Sad) Smutný

(Ill) Nemocný (ve smyslu znechucený)

(Angry) Naštvaný

(Bored) Znuděný

(Irritated) Iritovaný

- 20) Viděli jste již danou reklamu dříve? Ano.
- 21) Líbila se vám zhlédnutá reklama?
- e) Pokud ne, popište prosím stručně proč.
- a. **Nemám rád depresivní styl reklam. Přejde mi, že autoři reklamy až příliš cílí na emotivní stránku diváka.**
- 22) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)
- a. Vánoční přípravy – pečení a nezdrary před Vánoci
- 23) Uvedte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)
- a. Zaujatý – zajímal mě příběh reklamy
b. Zmatený – nevidím spojitost se značkou Penny
c. Otrávený – tlačení na city diváka
d. Iritovaný – vadí mi smutný podtext celé reklamy
- 24) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?
- a. Pokud ano, uveďte prosím co. **Ne.**
- 25) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?
- a. Pokud ne, kvůli čemu? Vůbec by mě nenapadlo, že se jedná o supermarket. Značka se v průběhu reklamy nevyskytuje.
- 26) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?
- a. Pokud ano, jak? **Ne.**
- 27) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?
- a. Pokud ano, jak? **Ne.**
- 28) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?
- a. Pokud ano, čím? **Ne.**

POZ

(Happy) Šťastný

(Warm) Hřejivý

(Nostalgic/reminiscent) Nostalgický

(Excited/upbeat) Nadšený

(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální

(Emotional) Emocionální

(Intrigued) Zaujatý

(Lively/fun) Živý/veselý/vtipný

(Relaxed) Vykliďněný

(Hopeful) Nadějný

(Surprised) Překvapený

(Satisfied) Uspokojený

(Joyous) Radostný

NEG

(Confused/unsure) Zmatený/nejistý

(Annoyed) Otrávený

(Disappointed) Zklamáný

(Sad) Smutný

(Ill) Nemocný (ve smyslu znechucený)

(Angry) Naštvaný

(Bored) Znuděný

(Irritated) Iritovaný

29) Viděli jste již danou reklamu dříve? Ne.

30) Líbila se vám zhlédnutá reklama?

f) Pokud ano, popište prosím stručně proč.

g) Pokud ne, popište prosím stručně proč.

- Stejně jako v předchozím spotu mi vadí až příliš velké tlačení na emoce diváka.

31) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

a. Vánoční besídka před Vánoci

32) Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

a. Sváteční – autoři podle mě dokázali vystihnout vánoční atmosféru

b. Otrávený – vadí mi anglické písničky v reklamě pro české diváky

c. Naštvaný – viz předchozí bod + mi vadí vkládání světových symbolů k českým Vánocům (např. Santa Claus figurka, soby apod.)

33) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

a. Pokud ano, uveďte prosím co. Ne.

- 34) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?
a. Pokud ano, díky čemu? Ano, v průběhu se tam vyskytovaly produkty značky Milka
- 35) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?
a. Pokud ano, jak? Ne.
- 36) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?
a. Pokud ano, jak? Ne.
- 37) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?
a. Pokud ano, čím? Ne.

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

- 10) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?) Kofola – protože sází opravdu na český humor, je pozitivní a vtipná.
- 11) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?) Penny – Vůbec jsem si reklamu se značkou nespojil, a navíc mi přišlo, že je reklama příliš depresivní
- 12) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky? Kromě Kofoly mi přijde, že ostatní spoty sází především na emoce diváka. Snaží se pro to využít typická klišé Vánoc – rodina, lidskost, přátelství. Někdy se to daří lépe (Pilsner), někdy hůře (Penny). Osobně nejsem zastánce „tlačení na pilu“, kteří autoři v těch 3 spotech volí.

RESPONDENT JOSEF, 32 LET, Kladno

SPOT 3

ÚVODNÍ DOTAZNÍK: uveďte prosím z níže uvedeného výběru emoce, které ve vás reklama vyvolala:

POZ

(Happy) Šťastný

(Warm) Hřejivý

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální

(Emotional) Emocionální

(Hopeful) Nadějný

(Joyous) Radostný

NEG

38) Viděli jste již danou reklamu dříve? – neviděl

39) Líbila se vám zhlédnutá reklama?

h) Pokud ano, popište prosím stručně proč. – hřejivý pocit, nadějný s prvky dojetí. Reklama zaměřená na postižení (hluchota), která u mě zvýšila pocit dojetí. Sounáležitost v reklamě, pozitivně laděná bez negativních emocí.

i) Pokud ne, popište prosím stručně proč.

40) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? Např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie. – sounáležitost o Vánocích, připomenutí nutnosti být s nejbližšími a užívat si momenty s nimi

41) Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal.

(Happy) Šťastný – celkové ladění reklamy, v reklamě se zpívá, herci se usmívají

(Warm) Hřejivý – usmívají se na sebe, nezlobí se, když ruší představení

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální – konec reklamy, na židli je poděkování a poté dívka poděkuje ve znakové řeči

(Emotional) Emocionální – poděkování ve znakové řeči

(Hopeful) Nadějný – klidnost reklamy, děti v reklamě

(Joyous) Radostný – děti v reklamě, úsměvy, zpěv

42) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

a. Pokud ano, uveďte prosím co. – prvek znakové řeči

43) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

a. Pokud ano, díky čemu? – díky konci reklamy, čokoládová figurka

b. Pokud ne, kvůli čemu?

44) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce? - ne

a. Pokud ano, jak?

45) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr? - ne

a. Pokud ano, jak?

46) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

a. Pokud ano, čím? – specifičnost příběhu (zpěv dětský, znaková řeč)

SPOT 1

POZ

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální

NEG

(Sad) Smutný

- 47) Viděli jste již danou reklamu dříve? - ne
- 48) Líbila se vám zhlédnutá reklama?
- j) Pokud ano, popište prosím stručně proč.
- k) Pokud ne, popište prosím stručně proč. – příliš depresivní, smutná, bez nádechu vánoční atmosféry
- 49) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? Např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie. – osamocení, ztráta blízkých, negativní pocity
- 50) Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal.
- (Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální – hudba, příběh samoty, dárek od dívky*
(Sad) Smutný – hudba, samota herce – příběh osamocení, nikoho nemá kolem sebe.
- 51) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?
- a. Pokud ano, uveďte prosím co. – nic
- 52) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?
- a. Pokud ano, díky čemu?
- b. Pokud ne, kvůli čemu? – nijak nedokazovalo přímo na značku nebo na koncept
- 53) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?
- a. Pokud ano, jak? – negativní působení, nepochopil jsem zcela záměr reklamy ani po hlavním poselství reklamy na závěr.
- 54) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?
- a. Pokud ano, jak? - ne
- 55) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?
- a. Pokud ano, čím? – díky emoční síle, nicméně bych si nespojil přímo asi se značkou, jen bych věděl, že jsem reklamu již viděla a nelíbila se mi – tendence se jí vyhnout.

SPOT 2

POZ

(Happy) Šťastný

(Nostalgic/reminiscent) Nostalgický

(Excited/upbeat) Nadšený
(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční
(Lively/fun) Živý/veselý/vtipný
(Joyous) Radostný

56) Viděli jste již danou reklamu dříve? – ano

57) Líbila se vám zhlédnutá reklama?

l) Pokud ano, popište prosím stručně proč. – reklama vtipná, zábavná, chytlavá, krátká a díky vtipnému příběhu lehce zapamatovatelná

m) Pokud ne, popište prosím stručně proč.

58) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? Např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie. – vánoční tradice přímý odkaz na prasátko, Vánoce jako celek – sníh, stromeček

59) Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal.

(Happy) Šťastný – vtipnost reklamy, její konec útěku (ne já ho už ho vidím)

(Nostalgic/reminiscent) Nostalgický – reklama již běží několik let, nostalgie díky vzpomínkám

(Excited/upbeat) Nadšený – vtipnost příběhu

(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční – spojení reklamy se svátky, přímý odkaz na Vánoce

(Lively/fun) Živý/veselý/vtipný – celková vtipnost, vtipná scénka na závěr, útek

(Joyous) Radostný – viz. předchozí bod

60) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

a. Pokud ano, uveďte prosím co. – konec reklamy (ne, já už ho vidím)

61) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

a. Pokud ano, díky čemu? – díky znalosti reklamy z minulosti. Kdybych viděl poprvé tak ne

b. Pokud ne, kvůli čemu?

62) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

a. Pokud ano, jak? – pozitivně, díky vtipnému a povzbudivému nápadu

63) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

a. Pokud ano, jak? - ne

64) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

a. Pokud ano, čím? – vtipností příběhu, hláškami.

SPOT 4

POZ

(Warm) Hřejivý

(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální

(Surprised) Překvapený

NEG

(Confused/unsure) Zmatený/nejistý

(Angry) Naštvaný

- 65) Viděli jste již danou reklamu dříve? - ano
- 66) Líbila se vám zhlédnutá reklama?
- n) Pokud ano, popište prosím stručně proč. – zajímavý příběh reklamy, změna od negativních pocitů k pozitivním, reklama cílí na spojení rodiny
 - o) Pokud ne, popište prosím stručně proč.
- 67) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? Např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie. – spojení rodiny, rodinná večeře, tradice
- 68) Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal.
- (Warm) Hřejivý – večeře pospolu, smích herců*
(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční – sváteční večeře, rozbalování dárků
(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální – konec reklamy, vidí dceru zpívat v kostele oproti očekávání, kam odešla
(Surprised) Překvapený – zvrát v příběhu, očekával jsem, že dcera jde někam pryč od rodiny schválně
(Confused/unsure) Zmatený/nejistý – odchod od rodiny
(Angry) Naštvaný – odchod od rodiny pryč po dárkách
- 69) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?
- a. Pokud ano, uveďte prosím co. – zvrát v příběhu
- 70) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?
- a. Pokud ano, díky čemu?
 - b. Pokud ne, kvůli čemu? – i když jsem reklamu již viděl se značkou bych si ji neuměl i tak propojit, není odkaz pro mě přímo na značku.
- 71) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?
- a. Pokud ano, jak? - ne
- 72) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?
- a. Pokud ano, jak? - ne
- 73) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?
- a. Pokud ano, čím? – příběhem zapamatovatelná, ale pro spojení s konkrétní značkou ne.

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

- 13) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč?

Spot č. 2 – hravost, vtipný příběh, vtipné hlášky, krátkost a údernost reklamy.

- 14) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč?

Spot č. 1 – dlouhá reklama plná smutku a osamocení, i závěr, který má být dojemný nepřehluší pocit smutku, není očekávaný závěr, že pán nebude sám. Působí silně negativně.

- 15) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly

Cílení na pospolitost, důležitost vzájemnosti o Vánocích, přímé propojení s Vánoci a tradicemi – všechny reklamy ukazují na nějakou tradici a Vánoční atmosféru. Emoce dojetí, pospolitosti. Kromě spotu č. 1 emoce radosti. Společná emoce nějaké svátečnosti nebo určitého dojetí – díky spojení se svátky Vánoc, které tyto emoce obecně budí.

RESPONDENTKA DINA, 36 LET, PRAHA

Spot č. 3

Hřejivý, sentimentální

- 1) Ne
- 2) Ano, ukazuje existenci dobra
- 3) Ne
- 4) Hřejivý – malé děti, sentimentální – skutek dítěte
- 5) Ano, příběh
- 6) Ne
- 7) Ne
- 8) Ne
- 9) Ne

Spot č. 4

Nostalgický, emocionální

- 1) Ne
- 2) Ano, hezká hudba a obsazení
- 3) Ne
- 4) Nostalgický – Vánoční svátky, emocionální – vztah rodičů k dětem
- 5) Ano, sympatická herečka
- 6) Ne
- 7) Ne
- 8) Ne
- 9) Ano, přeložení písně

Spot č. 1

Hřejivý, smutný

- 1) Ne
- 2) Ne, příliš smutné
- 3) Ano, vztah s prarodiči – pocit nostalgie
- 4) Hřejivý – dobrota dítěte, smutný – osamocení muže
- 5) Ne
- 6) Ne
- 7) Ne
- 8) Ne
- 9) Ne

Spot č. 2

Vtipný, vánoční

- 1) Ne
- 2) Ano, vtipný nápad
- 3) Ne
- 4) Vtipný – dítě a prase, vánoční – řezání stromu
- 5) Ano - vtipnost

- 6) Ne
- 7) Ne
- 8) Ne
- 9) Ano – vtipné a budí dobré emoce

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

- 16) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?)
- 17) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?)
- 18) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky?
 - 1) Spot č. 4 – ukazuje silný vztah rodičů a dětí
 - 2) Spot č. 1 – vzbuzení převážně smutných emocí
 - 3) Vztahy dětí a dospělých – hřejivá emoce, sváteční tematika – radostná emoce

RESPONDENT TOMÁŠ, 41 LET, PRAHA

Spot č. 3

Hřejivý, nostalgický, sentimentální

- 10) Ne
- 11) Ano, hezká sváteční myšlenka
- 12) Vánoční besídka na základní škole – vtipné a nostalgické vzpomínky
- 13) Hřejivý – zpívající děti, nostalgický – hluchota řemeslníka, sentimentální – obdarování + zpráva dítěte
- 14) Ano, nápad
- 15) Ne
- 16) Ne
- 17) Ne
- 18) Ano, sentimentálním příběhem

Spot č. 2

Otrávený

- 10) Ano
- 11) Ano, poprvé kvůli humoru, teď už ne
- 12) Ne
- 13) Otrávený – trapnost
- 14) Ne
- 15) Ne
- 16) Ne
- 17) Ne
- 18) Ano, scénář

Spot č. 1

Nadějný, dojemný

- 10) Ne
- 11) Ano, sentimentální nálada a poslání
- 12) Ne
- 13) Nadějný – obdarování, dojemný - samota
- 14) Ne
- 15) Ne
- 16) Ne
- 17) Ne
- 18) Ne

Spot č. 4

Dojemný, nostalgický

- 10) Ano
- 11) Ano, nostalgická rodinná nálada
- 12) Ano, sváteční rodinné sešlosti
- 13) Dojemný – rozuzlení vztahu otce/dcery, nostalgický – rodinné setkání
- 14) Ano - hudba
- 15) Ne
- 16) Ne

- 17) Ne
- 18) Ano – vztah otce a dcery

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

- 19) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?)
 - 20) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?)
 - 21) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky?
-
- 4) Spot č. 3 – nejzajímavější myšlenka a příběh reklamy, nenucená propagace značky
 - 5) Spot č. 2 – po více shlédnutí je reklama otravná
 - 6) Děti – dojemné a sentimentální emoce, sváteční atmosféra – nostalgie a radost

RESPONDENTKA KATEŘINA, 44 LET, PRAHA

VIDEO 3

emoce: iritovaný

1: ne

2b: uměle a prvoplánovitě sentimentální, neupřímné

3: ne; negativní

4: iritovaný, protože je to neupřímné

5: ne

6: ne

7: ne

8: ne

9: ničím pozitivním

VIDEO 1

otrávený, iritovaný

1: ne

2b: ne; uměle sentimentální

3: ano; zoufalost stáří a samoty; absolutně nesouvisející se značkou

4: prvoplánově sentimentální, nepříjemný emoční „útok“

5: ne

6: ne; absolutně nesouvisí

7: ne

8: ne

9: ne

VIDEO 4

otrávený

1: ne

2: ne; absolutně nesouvisí se značkou

3: ne

4: záměrný, umělý sentiment

5: ne

6: absolutně ne

7: ne

8: ne

9: ne

VIDEO 2

veselý/vtipný

1: ano

2: ano – nápad, vtip

3: ano, vánoční stromek

4: veselé, protože je to vtipné

5: ne

6: ne

7: ne

8: ne

9: ano

SEKCE 2

1: reklama Kofola; je veselá a vtipná, laskavá

2: Penny; až násilně sentimentální

3: jediným společným znakem je to, že obsah reklamy nesouvisí s danou značkou – pocit zbytečnosti

RESPONDENT PETR, 52 LET, KAMENICE

Sekce 1 – Ke konkrétním spotům, odpovězte prosím bezprostředně po zhlédnutí každého jednoho spotu
ÚVODNÍ DOTAZNÍK: uveďte prosím z níže uvedeného výběru emoce, které ve vás reklama vyvolala:

POZ

(Happy) Šťastný

(Warm) Hřejivý 3

(Nostalgic/reminiscent) Nostalgický 4

(Excited/upbeat) Nadšený

(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční 2

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální 3

(Emotional) Emocionální

(Intrigued) Zaujatý

(Lively/fun) Živý/veselý/vtipný 2

(Relaxed) Vykliďněný

(Hopeful) Nadějný 4

(Surprised) Překvapený

(Satisfied) Uspokojený 3

(Joyous) Radostný

NEG

(Confused/unsure) Zmatený/nejistý

(Annoyed) Otrávený

(Disappointed) Zklamáný

(Sad) Smutný 1

(Ill) Nemocný (ve smyslu znechucený)

(Angry) Naštvaný

(Bored) Znuděný 3

(Irritated) Iritovaný 4

74) Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ne

Ano

Ne

Ano

75) Líbila se vám zhlédnutá reklama?

p) Pokud ano, popište prosím stručně proč.

q) Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Celkem ano. Líbilo se mi, jak ta mladá slečna ocenila práci neslyšícího muže. Radost na konci byla také hezká na pohled.

Spíše ne. Nepřipadala mi ničím hezká.

Ne. Připadala mi příliš depresivní na Vánoce.

Ano, znám ji už hodně dlouho, evokuje mi příchod Vánoc.

76) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Nostalgie – jako školák jsem zpíval ve sboru

Nostalgie – večere s rodinou, rozdávání dárků s dětmi

Smutek – vzpomínka na rodiče, zároveň strach z toho, že to bude můj osud

Nostalgie, radost – vzpomínám, jak jsme kdysi takto řezali stromy s otcem

77) Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Hřejivý – uznání práce

Dojatý – překvapení pro seniora na konci

Uspokojený – radost i přes sluchové postižení

Znuděný – příběh nemá žádný pořádný spád

Nostalgický – rodinná večere

Nadějný – opětovné shledání dcery a otce

Iritovaný – házení dárků, přezvykování dcery, znevažování mše

Smutný – i přes dárek od holčičky na konci, ten příběh je smutný, působí depresivně obzvláště na stárnoucí generaci

Sváteční, veselý – reklama je spojena s Vánoce, zapojení humorných hlášek

78) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

a. Pokud ano, uveďte prosím co.

Znaková řeč, přezdobená scéna na školní představení

Ano, píseň při mši. Odkdy se na půlnoční mši zpívají takové popíky?

Spíše ne. Možná jen to, jak je reklama depresivní.

Ani ne. Jen je vtipná.

79) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

a. Pokud ano, díky čemu?

b. Pokud ne, kvůli čemu?

Ano, díky nápisu Milka na začátku a díky fialové figurce

Ne. Rodina se sice t'ukala pivem, ale neviděl jsem značku.

Ne, až teprve na konci.

Ano, díky každoročnímu opakování. Jinak ne.

80) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

a. Pokud ano, jak?

Určitě ne.

Ne

Možná spíše negativně – proč něco takového Penny dělá?

Ano, pozitivně. Je to jedna z mála hezkých a zapamatovatelných reklam.

81) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

a. Pokud ano, jak?

Ne.

Ne

Ne. Co mám nejbližší, tam jdu.

Ne.

82) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

a. Pokud ano, čím?

Ano, využitím znakové řeči.

Spíše ne.

Možná tím, jak málo v ní je optimismu.

Ano, celou vtipnou zápletkou, klasickými dialogy a divokým prasetem.

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

22) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?)

- Kofola – reklama stále běží, lidé si ji pamatují a mají ji rádi.

23) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?)

- Penny – proč ta deprese? O Vánocích nechci myslet na smrt blízkých a smutek

24) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky?

- Mezigenerační rozdíly - otec a dcera, dědeček a malá holčička – spokojenost, že existuje uznání starší generace. Na druhou stranu přílišný citový apel.

RESPONDENTKA RADKA, 49 LET, PODĚBRADY

Sekce 1 – Ke konkrétním spotům, odpovězte prosím bezprostředně po zhlédnutí každého jednoho spotu

SPOT 2

SPOT 1

SPOT 4

SPOT 3

ÚVODNÍ DOTAZNÍK: uveďte prosím z níže uvedeného výběru emoce, které ve vás reklama vyvolala:

POZ

(Happy) Šťastný 4

(Warm) Hřejivý

(Nostalgic/reminiscent) Nostalgický 3

(Excited/upbeat) Nadšený

(Festive/Christmassy) Sváteční/vánoční 4 3

(Touched/sentimental) Dojemný/pohnutý/sentimentální 2 1 4 3

(Emotional) Emocionální 2 1

(Intrigued) Zaujatý

(Lively/fun) Živý/veselý/vtipný 2

(Relaxed) Vyklidněný

(Hopeful) Nadějný 1

(Surprised) Překvapený

(Satisfied) Uspokojený

(Joyous) Radostný

NEG

(Confused/unsure) Zmatený/nejistý 4

(Annoyed) Otrávený

(Disappointed) Zklamáný

(Sad) Smutný 1

(Ill) Nemocný (ve smyslu znechucený)

(Angry) Naštvaný

(Bored) Znuděný

(Irritated) Iritovaný

1) Viděli jste již danou reklamu dříve? **Ano Ne Ne Ne**

2) Líbila se vám zhlédnutá reklama? **Ano Ne Ano Ne**

a) Pokud ano, popište prosím stručně proč. **Veselé, vtipné rodina, spojení, láska, ochota, náklonnost...**

b) Pokud ne, popište prosím stručně proč. **smutné, vyvolávala ve mně pocit prázdna, beznaděje, samoty... bylo to na mě už moc emocionálně vypjaté - děti, hluchoněmí pracující starý muž, vánoční nálada...**

3) Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)... **hledání vánočního stromku s tátou a dědou v lese jako malé dítě (všude hodně sněhu..) se smrtí - úzkost generace - rodiče a děti , nespojila - přišlo mi to jako veliká kýčovitost**

4) Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata) **dojemný - malá dcera a otec v lese , emocionální - malé**

dítě, živé, veselé - divočák, útěk otce s dcerou, dojemný - samota starého muže, emocionální - smutek, strach, naděje - malá holčička, která vnímá, vidí, pomáhá... šťastný - šťastný otec, když spatřil dceru, sváteční - rodina pohromadě, dojemný, pohnutý - pocit nejistoty a potom štěstí nostalgie - dětský pěvecký sbor, vánoční - vánoční atmosféra - hvězdy, světlo...sentimentální - hluchota muže - dítě, které umí znakovou řeč a předá mu vzkaz

5)

6) Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

a. Pokud ano, uveďte prosím co. **ne ne ano - reakce mladé dívky**

7) Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou? **ne ne ano ano**

a. Pokud ano, díky čemu? **v průběhu reklamy - pivo = spojení rodina u jednoho stolu malé děti a čokoláda**

b. Pokud ne, kvůli čemu? osobně jsem si reklamu pamatovala - **slovo od slova, ale zapoměla jsem , že to bylo na KOFOLU, nenapadlo by mě vůbec si to spojit s PENNY**

8) Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

a. Pokud ano, jak? **ne, neovlivnila, ne ne ne**

9) Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

a. Pokud ano, jak? **ne, neovlivnila, do PENNY nechodím a po shlednutí reklamy ani chodit nebudu ne ne (mlku kupuji i bez této reklamy)**

10) Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

a. Pokud ano, čím? **reklamu si pamatuji (dialogy dcery s otcem) , beznaděj rodinass dětský pěvecký sbor, který zpívá vánoční písničky**

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovzte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

1) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn.

Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?) MILKA - bylo tam tolik emocí, že na tuhle reklamu nikdy nezapomenu

2) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn.

Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?) spot na PENNY - vyvolávalo to ve mně takovou prázdnotu, že na reklamu chci co nejrychleji zapomenout

3) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky? Vztahy mezi lidmi - smutek, radost, strach, láska

RESPONDENT JAN, 64 LET, PRAHA

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

25) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?)

Kofola to zvládla nejlépe, svědčí o tom i dlouholeté vysílání a zapamatovatelné hlášky. Líbí se mi také využití humoru, v kontrastu se sentimentalitou a emočním útokem ostatních spotů, a vánoční prostředí.

26) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?)

Nejhorší bylo Penny – bylo to moc dlouhé, temné, nezajímavé, nespojitelné se značkou.

27) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky?

Zbytečná sentimentalita a zneužití Vánoc ve všech spotech kromě Kofoly- otrávenost.

1) PENNY

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Myslím, že ano. Jednou nebo dvakrát.

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Nelíbila, nepřipadalo mi to jako reklamní spot, nechápal jsem, jak to souvisí s PENNY. Reklama zneužívá nostalgii Vánoc a mezilidské vztahy.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Napadlo mě, že bych nerad dopadl jako zobrazený senior. To ve mně vyvolalo pocit strachu a smutku.

Uvedte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Sentimentální – hudba, zneužití symbolů Vánoc, kontrast stáří a mládí

Znuděný – příliš dlouhé a temné, předvídatelný děj

Otrávený a znechucený - hudba, zneužití symbolů Vánoc, kontrast stáří a mládí, příliš dlouhé a temné, předvídatelný děj

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Zaujal mě dárek v podobě plyšového medvídky, nebylo mi jasné, proč byl použit právě plyšový medvídek.

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Vůbec ne. Nebylo zde nic, co by naznačovalo danou značku, na konci by podle mě mohlo být uvedeno cokoli jiného.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Spíše negativně, nerozumím tomu, proč takovýto spot PENNY vytvořilo.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Určitě ne.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Plyšovým medvídkem.

2) KOFOLA

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano, je to notoricky známá reklama.

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Spíše ano, nic mě přímo neodpuzuje.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Spojil jsem si reklamu s řezáním stromků, které je v reklamě zobrazeno jako normální, ale přitom je to nelegální činnost.

Uved'te ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Vánoční – v zimě, zimní les, stromeček

Vtipné – poměrně vtipné dialogy mezi otcem a dcerou

Iritující – holčička klade důraz na druhou slabiku, děti se podle toho naučí špatně mluvit

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Divočák a otevřený konec, zda rodinu divočák doběhne či nikoliv.

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Ano, ale pouze díky notorické známosti reklamy. Spojuji si s Kofolou ale známý slogan „Když ji miluješ, není co řešit.“

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Ne, Kofolu mám rád i bez reklamy.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ne, Kofolu si kupuji rád, ale určitě ne na Vánoce.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Známymi dialogy a dikcí holčičky.

3) Plzeň

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano.

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Spíše ne. Plzeň je velmi dobré pivo a tato reklama nekorespondovala s touto kvalitou.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Ne

Uved'te ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Sentimentální – tradiční Vánoce s návštěvou kostela

Znuděný – zbytečně rozvěklé a neurčité

Zklamaný – předvídatelné, bez náboje

Zmatený – nechápu souvislost s pivem, mohla by tam být jakákoliv značka

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Plzeň byla velmi dobře napěněná.

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Ano, hned na začátku byla vidět značka.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Určitě ne, ale Pilsner Urquell je podle mého názoru nejlepší pivo.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ne.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Spíše ne.

4) MILKA

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Myslím, že ne.

Líbila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Nelíbila, citové vydírání v souvislosti s postiženým starým člověkem v kontrastu s malou holčičkou, nelíbil se mi slogan „Daruj tomu, kdo to nečeká.“ – nevidím k tomu důvod, vadí mi cizí import

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Spojil jsem si reklamu s činností „posílání prasátek“ pomocí zrcátek, vyvolalo to ve mně pocit nostalgie

Uvedte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Otrávený, Iritovaný, Znechucený – cizí reklama a cizí kultura (postavička Santy Clause)

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

„Posílání prasátek“

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Ano, na začátku byla Milka, čokoládová figurka byla v charakteristické fialové barvě.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Ne

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Určitě ne.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Znakovou řečí, je ale zapamatovatelná spíše negativně, malé děti nepřečtou titulky a nepochopí dialog.

RESPONDENTKA IVETA, 58 LET, PRAHA

Sekce 2 – Ke všem spotům, odpovězte prosím po zhlédnutí všech čtyř spotů

- 28) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejlepší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejlépe?)
- Kofola, je to pro českého diváka nejsrozumitelnější a nejbližší.
- 29) Který spot byste vyhodnotili z marketingového hlediska jako nejhorší a proč? (tzn. Podle vás jako spotřebitele, která značka zvládla tuto úlohu nejhůře?)
- Penny, spot se značkou nesouvisel ani trochu.
- 30) Jmenujte prosím společné charakteristické znaky spotů a jaké emoce ve vás vyvolaly tyto společné znaky?
- Citové vydírání, účelové hraní na city, nesouvisějící příběh se značkou – Penny, Milka, Pilsner Urquell. Nebyla jsem příběhy nijak přesvědčená.

5) PLZEŇ

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano.

Líbila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Nijak zvlášť. Reklama byla rádobý dojemná, ale dějová linka mě nepřesvědčila a dojemné mi to nepřipadalo.

Nechápu moc souvislost se značkou.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

S vánočním rodinným setkáním, vzpomínka na rodinné tradice, vzpomínka na Půlnoční, vyvolalo to ve mně sváteční pocit.

Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Nostalgický – dřív se všichni sešli u večeře, ale teď se to nestává

Dojemný – že se otec s dcerou na konci sešli v kostele

Nadějný – občas člověka život překvapí, aniž by to čekal, je v něm naděje.

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Ne

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Moc ne, na konci by mohla být jakákoliv značka piva. Maximálně ve scéně, kdy pijí pivo u stolu a na stole měli položené láhve od Pilsner Urquell.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Neovlivnila.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Neovlivnila, ale může to být způsobeno i tím, že pivo nepiji vůbec. I kdybych ale byla pivař, reklama by mě nepřesvědčila.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Ano, tou nadějí, že se na konci otec s dcerou opět shledají. Asi bych si ale nevybavila značku.

6) PENNY

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano.

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Nelíbila, připadá mi, že je citově vydírající a nesouvisí se značkou Penny.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Ano, vyvolala ve mně vzpomínku na rodinné večeře a tradice, vyvolalo to ve mně smutek, že to tak bývalo a už není.

Uved'te ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Nostalgický, dojemný, emocionální – vzpomínka na mládí, pána je mi velmi líto, reklama působí na city

Smutný – soucít se starým pánem, jak si vysypal mouku, uchovává tradice, ale je u nich sám bez ženy, obávám se takového osudu

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Ani ne.

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Vůbec ne, na Penny odkazovalo akorát logo na konci a jinak jsem si se značkou nic nespojila.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Rozhodně ne.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ne.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Rozhodně ano, spot je silně nostalgický až smutný, tím si reklamu vybavím, ale nijak mě neovlivní v postoji k dané značce.

7) KOFOLA

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano, mnohokrát

Libila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Libila, vyvolává ve mně pozitivní emoce, spojují si ji s českými tradičními Vánoce. Je veselá a optimistická.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Ano, se stromečkem, se zlatými prasátky, s vánočním půstem, sněhem, zimou. Je to typicky vánoční scénérie.

Vánoční, sváteční a radostné, tradiční emoce.

Uved'te ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Šťastný, Hřejivý, Sváteční, Vykliďněný, Radostný – spojené s Vánoce a hezkou sváteční atmosférou, oba jsou natěšení na Štědrý den

Vtipný, živý, veselý – holčička je vtipná, hezká, má zvláštní a roztomilou dikci, prasátko je taktéž vtipné.

Našli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Roztomilá holčička je hlavní magnet reklamy, zaujalo mě také prasátko, je to vtipné a bráno s nadhledem, citově nevydírá

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

V průběhu reklamy, když jsem ji viděla poprvé, tak ne, ale v průběhu let už jsem si značku zapamatovala. Slogan je také zdařilý a se značkou si ho lidé spojují.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Poměrně ano, vyvolává to ve mně pocit domácího výrobku a dala bych značce přednost před konkurencí.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ano, vybrala bych si mezi jinými značkami Kofolu.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Ano, asi vším. Holčičkou, prasátkem, řezáním stromků, dialogy.

8) MILKA

Viděli jste již danou reklamu dříve?

Ano.

Líbila se vám zhlédnutá reklama?

Pokud ano, popište prosím stručně proč.

Pokud ne, popište prosím stručně proč.

Ničím mě neuráží, docela ano. Jedná se o hezký, radostný a dojemný příběh. Vyvolává ve mně optimismus.

Spojili jste si tuto vánoční reklamu s nějakou konkrétní věcí/činností? Pokud ano, s jakou? Jaký pocit ve vás spojení vyvolalo? (např. Vánoční rodinná večeře – vzpomínka na rodinné tradice – pocit nostalgie)

Ne.

Uveďte ke každé vybrané emoci z úvodní tabulky alespoň jeden charakteristický znak reklamy, který tuto emoci vyvolal. (např. v reklamě jsou zvířata – uvedli jste emoci radostný – char. znak: zvířata)

Šťastný, hřejivý – bylo hezké, jak holčička obdarovala pána a udělala mu radost

Sentimentální – holčička dokáže soucítit i s někým ze starší generace

Radostný – všechny postavy měly ve finále radost

Nášli jste v reklamním spotu něco, co vás zaujalo?

Pokud ano, uveďte prosím co.

Znaková řeč – připadá mi ovšem vykalkulovaná, citově vydírající

Dokázali jste si reklamu v průběhu spojit s danou značkou?

Pokud ano, díky čemu?

Pokud ne, kvůli čemu?

Ano, ale jen díky figurce. Do příběhu by se dal zasadit jakýkoliv výrobek, se značkou to nijak nesouvisí.

Ovlivnila reklama nějak váš postoj k dané značce?

Pokud ano, jak?

Ne, Milku mám ráda a tato reklama na to vliv nemá.

Ovlivnila reklama váš nákupní záměr?

Pokud ano, jak?

Ne.

Je pro vás reklama (něčím) zapamatovatelná?

Pokud ano, čím?

Ano, nejvíce znakovou řečí, tím se odlišuje od ostatních reklam.