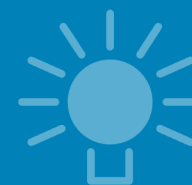


PROČ CHTÍT VYHRÁT V EFFIE CENU DATOVOU?

Hana Huntová, výkonná ředitelka SIMAR

5 | 6 | 2025



MLUVÍME O EFEKTU, BEZ TOHO, UKÁŽEME EFEKT?

Průměrná reklama

1\$ → 3.8\$

Vítěz IPA awards

1\$ → 13\$



James Hurman: Master of Advertising Effectiveness

DOBŘE VYUŽITÁ DATA = DVĚ EFFIE OCENĚNÍ

2019	2020	2021	2021	2022	2023
Vodafone: trvalý růst v zavedené kategorii	O dobré věci se stojí za to rozdělit	Radegast Ratar – hořkost boří stereotypy	MUNI challenge přilákala nové studenty	ČSÚ sčítal Čechy online	Staré, nové, půjčené a modré
McCann Prague	VCCP	Boomerang Communication	Media age	Ogilvy	Zaraguza CZ, Publicis Groupe
2. místo, dlouhodobé budování značky	1. místo, nápoje	1. místo, nápoje	2. místo, aktivační marketing	1. místo, kampaň veřejné správy	3. místo, finanční služby



Jak pracuje porota předkola

JAK PRACUJE POROTA PŘEDKOLA

- Porotci v předkole effie hodnotí „technické“ parametry dat.
- Nezajímá nás chytrost strategie, ani dimenze dosaženého efektu
- Cena SIMAR je udělena přihlášce, která v daném roce prokáže nejlepší využití dat pro prokázání efektu

Kategorizujeme data

(5 kritérií prokazující efekt & 3 dokreslující kontext)

Posuzujeme průkaznost

(3 kritéria)

Hodnotíme věrohodnost

(5 kritérií)

Druhy dat

Data prokazující efekt

Ekonomické výsledky, prodeje, obraty, podíl na trhu, změna chování a vnímání

... a data dokreslující kontext

Mediální výkon, interakce lidí s obsahem, měkká podpůrná data

Věrohodnost

Ukazatele efektu jsou srozumitelné

Je jasný zdroj/původ dat, období měření

Datová řada je dostatečná

Data vztažená k relevantní kategorii a cílové skupině

Data nezkreslená, bez chyb, ověřitelná, správně vybraná

Počet čapích hnízd a komínů

**V obcích s více čápy
se rodí více dětí –
čápi přinášejí děti?**



**Větší obce mají víc čápů
i víc obyvatel.**



počet obyvatel

→ **Více lidí** = více porodů
→ **Více střech** = více hnízd čápů

Statistická korelace ≠ příčinná souvislost.



Průkaznost

Ucelený soubor argumentů dokazující efekt
Cíle a výsledky logicky souvisí, strategie je propojuje
Efekt je vysvětlen v kontextu (co hrálo pro a co proti?)

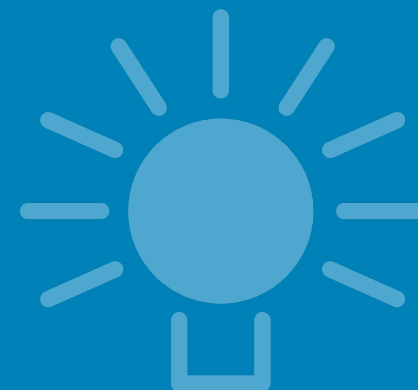
Průkaznost v různých kategoriích

Pokud přihlašujete jednu kampaň do více kategorií, vždy přizpůsobte text a důkazy konkrétní kategorii. Jen tak můžete přesvědčit porotu, že právě v dané disciplíně byla vaše kampaň skutečně efektivní a zaslouží si ocenění.

VYHODNOTÍME KRITÉRIA ANO/NE (a poté napíšeme slovní komentář)

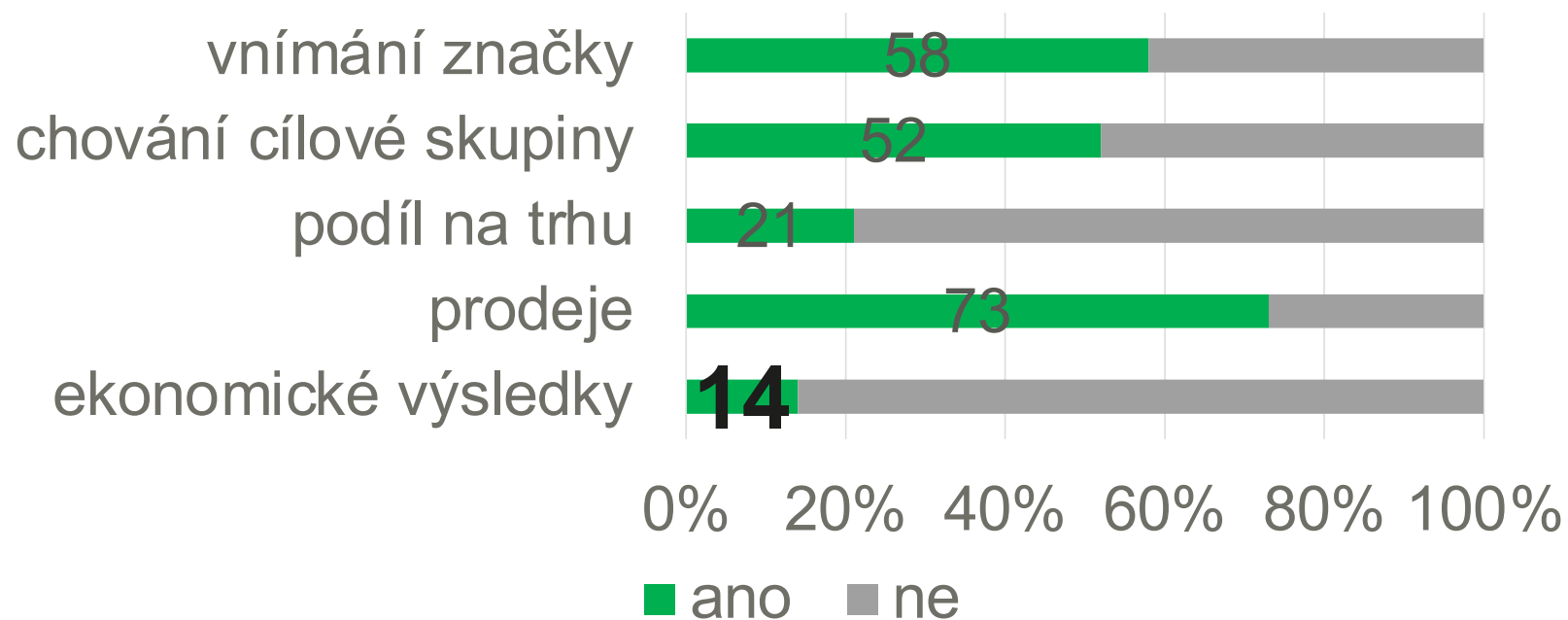
DATA PROKAZUJÍCÍ EFEKT

- ✗ Data prokazující účinek na ekonomické výsledky značky (návraty
- ✓ Prodeje, obraty (absolutní čísla, nebo % navýšení prodejů, hodnot
- ✗ Podíly na trhu v relevantním segmentu
- ✗ Důkazy o změně chování/aktivitizaci cílové skupiny (ochota vyzk
- ✓ Důkazy o změně vnímání značky, odezva na komunikaci (pověd



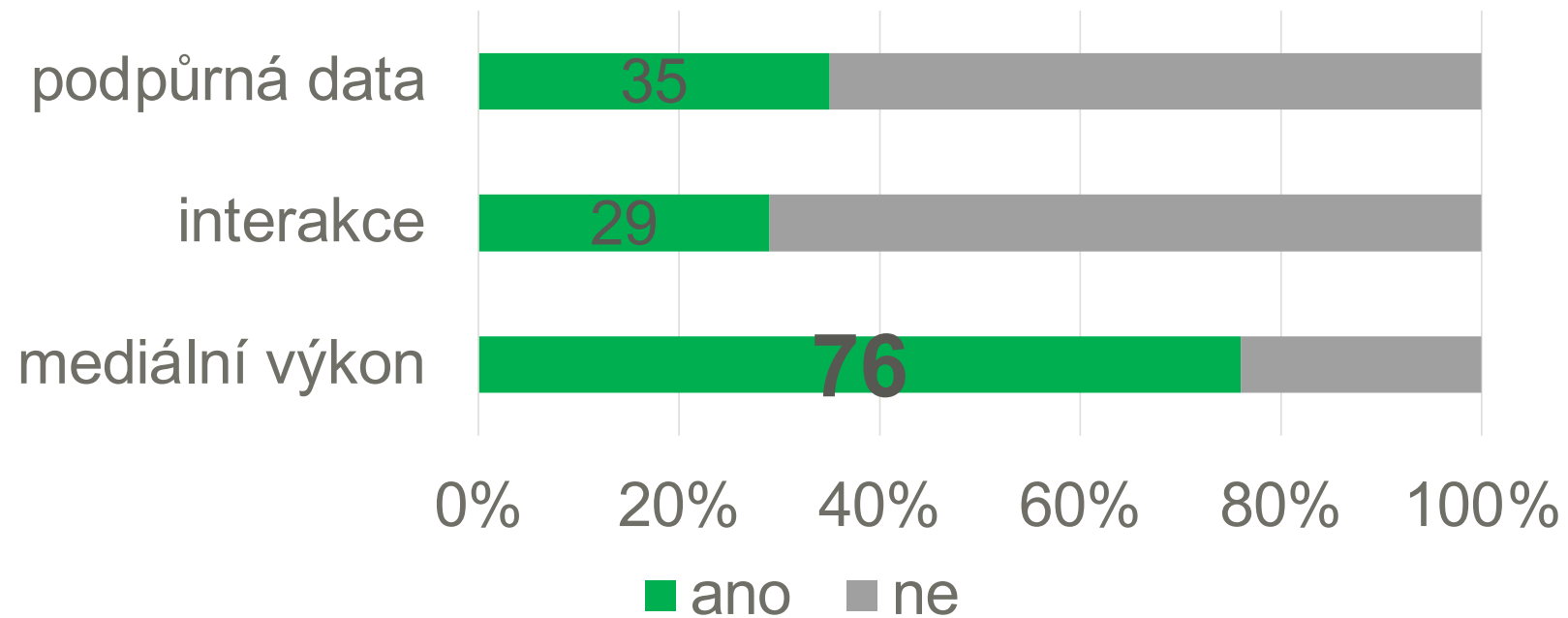
DÍKY HODNOTÍCÍMU RÁMCI VÍME,
JAK SE ARGUMENTOVALO DATY V EFFIE 2024

DRUHY POUŽITÝCH DAT: DATA PROKAZUJÍCÍ EFEKT



Zdroj: hodnocení 100 přihlášek effie ČR, předkolo 2024, zpracování dat: ResSolution

DRUHY POUŽITÝCH DAT: DATA DOKRESLUJÍCÍ KONTEXT



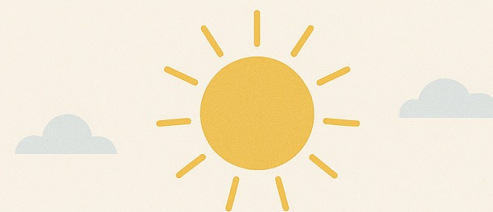
Zdroj: hodnocení 100 přihlášek effie ČR, předkolo 2024, zpracování dat: ResSolution

Počet požárů a prodej zmrzliny

Prodej zmrzliny a počet požárů



V létě roste prodej zmrzliny i počet požárů

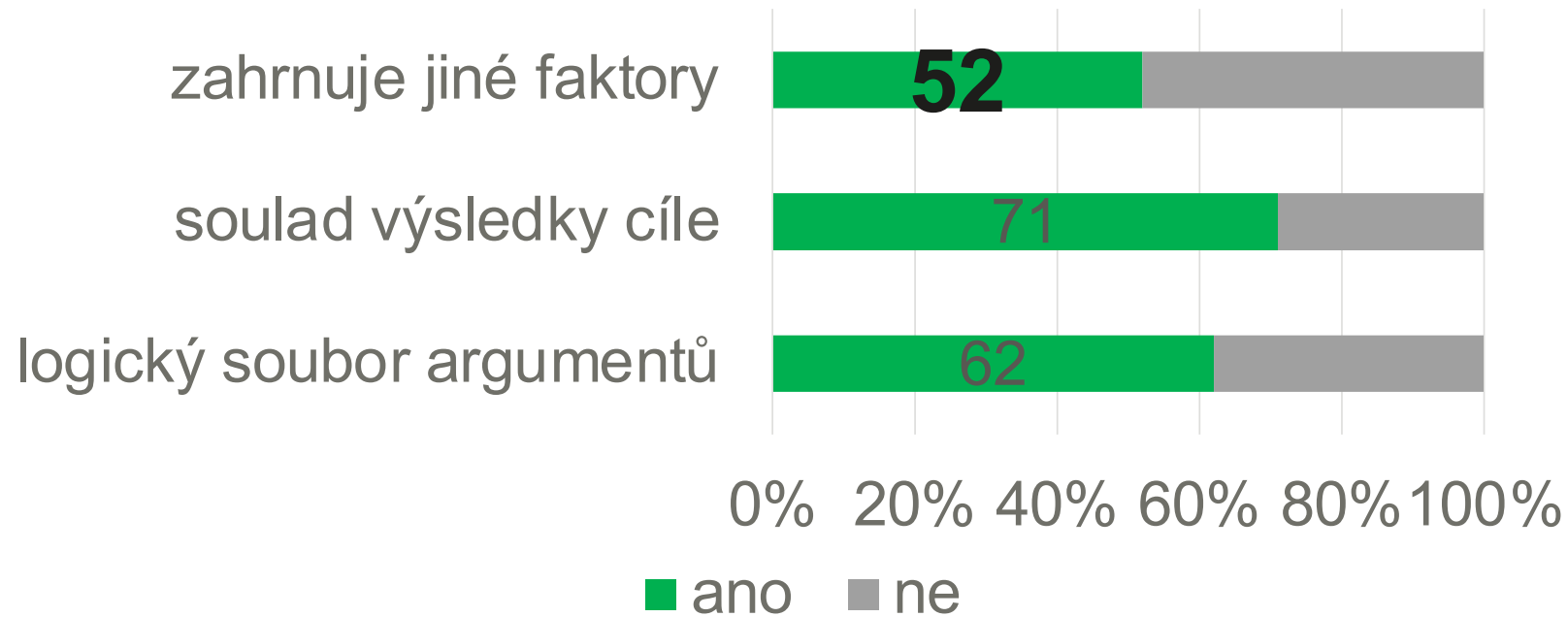


Zmrzlina ale požáry nezpůsobuje
– obé události souvisejí s teplým
počasím

- Více lidí
kupuje zmrzlinu
- Častěji dochází
k požárům

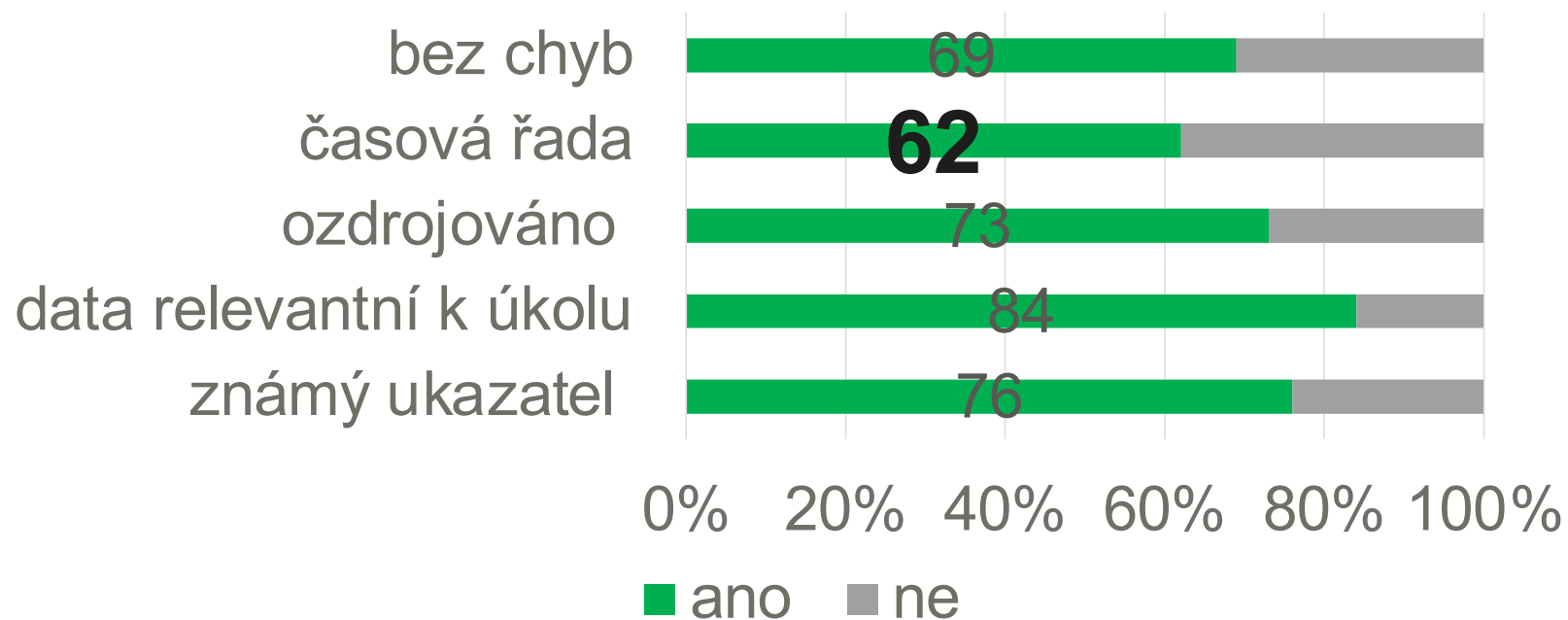


PRŮKAZNOST DAT



Zdroj: hodnocení 100 přihlášek effie ČR, předkolo 2024, zpracování dat: ResSolution

VĚROHODNOST DAT



Zdroj: hodnocení 100 přihlášek effie ČR, předkolo 2024, zpracování dat: ResSolution

DĚKUJEME ZA POZORNOST!

hana.huntova@simar.cz

<https://simar.cz/>

