

Pre klienta Heineken Slovensko zrealizovala Kittler media kampaň Zlatý Bažant Mini Radler v podcastoch skupiny ZAPO.

Ako táto kampaň dopadla?

REKLAMA V PODCASTOCH ZAPO FUNGUJE!



ZLATÝ BAŽANT MINI RADLER

reklama umiestnená
v podcastoch skupiny

Zapo

– case study –
prieskum realizovaný agentúrou
2muse

MERANIE PREBEHLO V 2 VLNÁCH NEZÁVISLÝCH PRIESKUMOCH
OBDOBIE REALIZÁCIE PRIESKUMOV MÁJ A JÚN/JÚL 2025

Zlatý Bažant audio reklama

Metodológia	kvantitatívny prieskum cez 2muse online panel s riadeným prístupom (full managed access panel), CAWI
Cieľová skupina	poslucháči slovenských podcastov vo veku od 18 do 65 rokov
Termíny zberu dát	1. meranie „vlna“ = pre-test, koniec mája: 21. 5. – 31. 5. '25 2. meranie „vlna“ = post-test, koniec júna: 26. 6. – 6. 7. '25
Veľkosti vzoriek	1. meranie „vlna“ = pre-test: n = 506 respondentov 2. meranie „vlna“ = post-test: n = 506 respondentov
Výber	kvótny, kvóty na pohlavie, vek, vzdelanie a región a veľkosť miesta bydliska
Dĺžka dotazníka	približne 12 minút



Pre klienta Heineken Slovensko zrealizovala Kittler media kampaň Zlatý Bažant Mini Radler v podcastoch skupiny ZAPO.

Ako táto kampaň dopadla?

REKLAMA V PODCASTOCH ZAPO FUNGUJE!

POSLUCHÁČI – ZACHYTILI, PÁČILO SA A ZVAŽUJÚ



Počas vrcholu kampane zachytilo kampaň na Zlatý Bažant Mini Radler **viac ako tretina** poslucháčov, po jej ukončení si ju pamätala už **nadpolovičná väčšina** poslucháčov podcastov.



Kampaň bola zo strany poslucháčov podcastov hodnotená ako **atraktívna a presiahla úroveň benchmarku v páčivosti**.



Kampaň dokázala vzbudiť záujem o nový produkt – približne **8 z 10** ľudí, ktorí zachytili reklamu na Zlatý Bažant Mini Radler v podcastoch, **prejavili záujem o ponuku**.



Tí, ktorí zachytili reklamu na Zlatý Bažant Mini Radler, **častejšie zvažujú jeho kúpu** pri rôznych spoločenských príležitostiach – od veľkých energických osláv až po menšie štýlové stretnutia, kde chcú robiť dojem.

POSLUCHÁČI PODCASTOV



V júli 2025 počúvalo podcasty **viac ako 28% populácie Slovenska**.



Najviac počúvajú poslucháči podcasty cez aplikáciu **v mobile/tablete alebo cez webovú stránku**.



Poslucháči podcastov **najčastejšie využívajú podcastové aplikácie YouTube a Spotify**.

1. Politické témy a spoločenské témy^(24%)
2. Humorné rozhovory^(21%)
3. Kriminálne témy^(13%)
4. Lifestyle^(11%)
5. Spoločnosť a kultúra^(9%)

TOP 5 tém, ktoré poslucháči podcastov spontánne počúvajú.

HODNOTENIE REKLAMY MINI RADLER V PODCASTOCH



49 % poslucháčov, ktorých zasiahla reklama Mini Radler, **sa táto reklama páčila**.



Počas vrcholu kampane Zlatý Bažant Mini Radler v podcastoch ZAPO, **zasiahla táto reklama viac ako tretinu** poslucháčov. Po skončení kampane prieskum ukázal, že **si reklamu všimla nadpolovičná väčšina poslucháčov podcastov skupiny ZAPO**.



Až **78% poslucháčov** skupiny ZAPO, ktorí zachytili reklamu na Mini Radler **tvrdí, že to, čo táto reklama ponúka je pre ľudí ako sú oni** a až u **77% z nich** reklama na Mini Radler vzbudila záujem o propagovanú ponuku.



Najviac poslucháčov podcastov ZAPO, ktorí reklamu Mini Radler zachytili si z nej odnášajú informáciu najmä o **novej a menšej veľkosti radleru** a priradzovali reklame **pozitívne „letné“ emócie** (radosť, spokojnosť, pohoda, chuť na pivo, zvedavosť na produkt).



Emočne si spájajú poslucháči podcastov ZAPO **Zlatý Bažant Mini Radler s pocitom pohody a relaxu**.

VPLYV REKLAMY MINI RADLER NA ZNAČKU, POSTOJ K RADLEROM



Až **62 % poslucháčov**, ktorí zachytili reklamu na Zlatý Bažant Mini Radler v podcastoch ZAPO **si za posledný mesiac kúpili radler značky Zlatý Bažant**.



Poslucháči zasiahnutí reklamou na Mini Radler majú **pozitívnejší postoj k značke Zlatý Bažant**. Tí, poslucháči, ktorí zachytili reklamu, tak ich preferencia k tomuto nápoju stúpila **o 10%**.



Až **8 z 10 poslucháčov**, ktorí počuli reklamu na Mini Radler v podcastoch ZAPO, **by na jej základe vyskúšali tento produkt**, čo ukazuje, ako efektívne reklama v podcastoch ZAPO pôsobí na preferenciu značky.



Až **82% poslucháčov**, ktorí počuli reklamu na značku Zlatý Bažant Mini Radler po kampani **tvrdí, že je to značka, ktorá sa hodí k ich životnému štýlu**.