

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Zpráva o designovém konceptu ZETOR by Pininfarina, který se představil na veletrhu Agritechnica v Hannoveru, obletěla takřka celý svět. Kromě 73 výstupů v České republice jsme společně se ZETOR TRACTORS a.s. dosáhli i světové medializace na online serverech typu BBC, Daily Mail či Fox News a v dalších 238 médiích ze 46 zemí včetně Francie, Polska, Ameriky či Vietnamu. BBC náš traktor nazvala „nejvíce sexy traktorem na světě“. Jedním z cílů společnosti bylo také navázání kontaktu s novými obchodními partnery v západní Evropě, na trzích, jako jsou Německo, Francie, Velká Británie, Benelux a Itálie. Očekávalo se, že zájem partnerů vzroste po představení ZETORU by Pininfarina, což se potvrdilo. Na veletrhu došlo k navázání kontaktu s desítkami partnerů v rámci EU i států Afriky a Asie. I přes to, že Agritechnica je „neprodejní“ veletrh, podařilo se na ní také prodat 9 traktorů značky ZETOR.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Cílem klienta bylo dosáhnout co největší světové medializace, rozhodli jsme se proto představit designový koncept traktoru od italského studia Pininfarina na hannoverské Agritechnice, což je největší mezinárodní veletrh zemědělské techniky. Do té doby byl design traktorů v oboru druhořadým tématem, brněnská značka ZETOR tak jako první přišla s návrhem designového vzhledu zemědělského stroje, navíc ve spolupráci s designérem, který např. navrhuje pro Ferrari.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

ZETOR TRACTORS a.s. realizoval průzkum mezi zákazníky, z nějž vyplynulo, že by zákazníci uvítali designově atraktivní produkt.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Rozhodnutí spolupracovat s jedním z nejslavnějších designérských studií na světě padlo na straně ZETOR TRACTORS a.s. Díky spolupráci s věhlasnou světovou firmou se veřejnost a média dozvěděla o traktoru ještě před jeho oficiálním představením pomocí word of mouth, dále byly médiím zaslány některé fotografie traktoru jako teaser. AMI Communications následně doporučila představení traktoru na veletrhu Agritechnica ve stylu velkých automobilových značek na slavných autosalonech. Kromě slavnostního odhalení traktoru v zahraničí známou slovenskou modelkou Lucií Javorčekovou byli na místě i zástupci značek ZETOR a Pininfarina. Vhodnou strategií se ukázalo představení ZETORU by Pininfarina v úvodní den výstavy a realizace tiskové konference až druhý výstavní den. Zpráva a zájem o designový koncept se po výstavišti rozšířily natolik, že novinářů přítomných na TK bylo třikrát více než zvaných. Na tiskovou konferenci k slavnostnímu představení traktoru bylo původně pozváno 40 novinářů z 12 zemí, nakonec se jich účastnilo 126 z 21 zemí.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Rozesílka několika fotek ZETORU by Pininfarina novinářům jako upoutávka před veletrhem Agritechnica. Příprava speciálního ZETOR newsletteru pro návštěvníky veletrhu věnovaného hlavně novému designovému konceptu. Tisková konference a slavnostní odhalení traktoru ZETOR by Pininfarina na stánku ZETOR TRACTORS a.s. v Hannoveru. Následné rozeslání tiskové zprávy v České republice a do zahraničí. Novinářům jsme na místě nabídli i šéfa designérů od Pininfariny a ředitele ZETOR TRACTORS a.s., kteří odpovídali na dotazy ke konceptu. Na designový traktor upozorňoval ZETOR TRACTORS a.s. také prostřednictvím sociálních sítí (Facebook, Twitter, YouTube) a celá komunikace byla propojena s marketingovými aktivitami (např. direct mailing na obchodní partnery).

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

1. Média: - 238 mediálních výstupů z celého světa (Austrálie, Bělorusko, Brazílie, Bulharsko, Čína, Dánsko, Egypt, Estonsko, Filipíny, Finsko, Francie, Chorvatsko, Indie, Indonésie, Irán, Irsko, Island, Itálie, Japonsko, Jordánsko, Kambodža, Kanada, Katar, Lucembursko, Maďarsko, Makedonie, Mauricius, Německo, Nigerie, Nizozemsko, Norsko, Polsko, Rumunsko, Řecko, Saúdská Arábie, Slovensko, Spojené arabské emiráty, Srbsko, Španělsko, Švédsko, Švýcarsko, Ukrajina, USA, Velká Británie a Vietnam). 2. Dosah celé kampaně (weby přepočítány na denní návštěvnost: 78 milionů osob a celkové AVE 37,8 milionu Kč (minimální hodnota AVE, nenásobena žádným koeficientem). Hodnota AVE mnohonásobně převýšila celkové náklady na projekt. Jen v ČR 73 výstupů s celkovým AVE 2,6 mil. Kč a dosahem 7,08 mil. osob 3. Celkové CPT komunikace 231,8 Kč (obsahuje i spolupráci s Pininfarinou, výrobu makety 1:1 traktoru, náklady na event v Hannoveru) 4. Event Agritechnica: 2 907 vystavovatelů, ZETOR patřil mezi 10 nejdiskutovanějších témat veletrhu dle organizátorů. 5. Dosah: 451 000 návštěvníků veletrhu, 50 000 návštěvníků na stánku ZETOR.

Přílohy:

[Příloha 1](#)