

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Scuderia Magazín

Projekt byl navržen a proveden pro:

Scuderia Praha a.s.

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Luova Publishing, s.r.o.

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.1 Firemní publikace - časopisy

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Lenka Maureryová

Firma/organizace: Luova Publishing, s.r.o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Scuderia Magazin je hlavním komunikačním nástrojem společnosti Scuderia Praha, jediného oficiálního prodejního a servisního zastoupení značek Ferrari a Maserati v České republice.

Časopis je určen zejména budoucím uživatelům vozů Ferrari a Maserati, sekundární cílovou skupinu tvoří stávající klienti Scuderia Praha, u níž slouží jako nástroj pro upsales. Důležitou roli hraje i v oblasti image, posilování povědomí o značce a identifikace s ní.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Jako hlavní médium společnosti Scuderia Praha představuje magazín účinný nástroj na zvyšování prodeje i rozvoj vztahů se zákazníky. Jeho vydání je navázané na dva hlavní eventy značek Maserati a Ferrari. Aktivní komunikace se zájemci o tyto luxusní vozy má také pomoci v boji proti šedému dovozu. Magazín cílí na budoucí i stávající zákazníky společnosti Scuderia Praha, vyznavače sportovních vozů, elegance a rafinovaného luxusu. Jedná se o čtenáře z nejvyšších pater managementu, ekonomicky stabilní a s aktivním přístupem k životu, hůře oslovitelné tradičními komunikačními cestami. Časopis a způsob jeho distribuce jsou tedy ideálním nástrojem. Magazín je dostupný také v showroomu Scuderia Praha, na luxusních eventech a u partnerských společnostech.

**Strategie:**

Magazín je atraktivní zpracováním i obsahem. Články na propagaci značek Maserati a Ferrari doplňují tematické rozhovory, příběhy opinion leaderů a lifestyle texty. Relativní nedostupnost z něj dělá součást moderního luxusu, který již není definován jen cenou. Jeho vlastnictví podporuje pocit příslušnosti k elitní komunitě, čímž plní i funkci identifikační a imageovou.

**Nástroje a aktivity**

Díky modernímu designu a kvalitnímu původnímu obsahu z pera zkušených novinářů ze segmentu automotive a luxury je magazín žádaným zbožím s puncem exkluzivity. Z pohledu image v segmentu B2C automobilových časopisů je jedničkou pro inzerenty luxusního zboží. Množství inzerce je omezeno, obálkové pozice jsou vyprodané s ročním předstihem.

**Výsledky:**

Časopis účinně podporuje image Scuderia Praha a věrnost k oběma značkám. Představování nových vozů a jízdni eventy posilují prodej a využívání služeb společnosti. Díky dlouhodobé komunikaci tématu operativního leasingu jsme v posledních letech navýšili prodej vozů Maserati. Tématy, jako je investování do oldtimerů a youngtimerů, zvyšujeme zájem zákazníků v těchto oblastech. Pro současné i potenciální zákazníky představuje magazín jedno z témat hovoru, pravidelně roste počet žádostí o adresnou rozesílku. Dlouhodobá komunikace také skutečně plní zamýšlenou funkci prevence šedého dovozu.