
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Maximálně osobní

Klient:

Cardion Cars a. s.

Agentura / Přihlašovatel:

Cardion Cars a. s.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Markus Krug, scénárista a režisér

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní a krizová komunikace

Oborové kategorie:

II.8 Služby

Komunikační nástroje:

III.5 Influencer marketing

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Jakub Deml

Firma/organizace: Cardion Cars a. s.

Stručné shrnutí projektu:

Největší prodejce vozů Volvo v ČR změnil název, maximálně osobní přístup k zákazníkům ale zůstává i pod novým jménem. Rozhodli jsme se pomocí vtipného videa plného známých osobností upozornit na přejmenování našich poboček a přiblížit lidem s nadsázkou, jak to u nás chodí. Všechny osobnosti vystupující ve videu jsou našimi dlouholetými zákazníky a spolupracovníky, a tak hned na první dobrou věděli, jak má jejich role vypadat.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu bylo vtipnou a nenásilnou formou představit nový název sítě dealerství vozů Volvo Cardion Cars. Pobočky ze skupiny dosud neměly jednotný název, ale odlišovaly se geografickou příslušností - Auto Průhonice, Auto Stodůlky, Auto Dejvice a Auto Cardion. Nyní se nově všechny jmenují Cardion Cars. Zároveň jsme chtěli s nadsázkou představit, jak to u nás chodí, tedy v praxi prezentovat jednu z našich hlavních hodnot, a sice maximálně osobní přístup k zákazníkům i zaměstnancům. Cílem je se dostat do povědomí zákazníků tak, aby při koupi vozu Volvo byly pobočky ze sítě Cardion Cars první volbou. Cílovou skupinou byla široká veřejnost, zejména majitelé vozů Volvo, zájemci o Volvo, ale i potenciální budoucí zájemci o vůz značky.

Strategie a kreativa:

K odlišení se od konkurence jsme využili faktu, že dlouhodobě spolupracujeme s Volvisty z řad známých osobností, kteří od nás mají svá auta, servisují je u nás a za dobu naší spolupráce se v řadě případů přetavil pracovní vztah v přátelský. Pro tvorbu videa jsme si pak vybrali jednoho z nejpovolanějších - režiséra Markuse Kruga, který se nedávno stal taktéž naším zákazníkem.

Nástroje a aktivity:

Středobodem naší kampaně bylo video, které jsme nahráli na platformy Instagram, Facebook, LinkedIn a Youtube. Poposili jsme o sdílení známé tváře z videa a nechali působit organiku. Doufali jsme ve virálnost videa a vyšlo to. Video se v prvních dnech šířilo opravdu masivně a odezva byla veliká. Zhruba po týdně, kdy organický dosah začal klesat, jsme kampaň podpořili formou placené propagace. Využili jsme jak propagace celého videa, tak i tzv. teaserů. Dosah videa byl nakonec kolem 1 milionu uživatelů. Kromě toho jsme rozeslali do médií tiskovou zprávu a využili také několika PR článků.

Výsledky:

Naším cílem byl co možná největší dosah videa a jeho virálnost, což se i díky laskavému sdílení přes zapojené osobnosti podařilo. Chtěli jsme o sobě dát vědět jako o největším a nejprofesionálnějším prodejci vozů Volvo v ČR, a to se dle dosahu a reakcí podvedlo. Největší organický dosah mělo video na platformě Instagram (350 tisíc zhlédnutí). Kromě toho jsme dalších statisíců zhlédnutí dosáhli pomocí placené propagace, díky které jsme klip dostali mimo naši bublinu sledovatelů.

Přínos a výsledky konkrétního nástroje:

Hlavním přínosem kampaně bylo rozšíření nové značky Cardion Cars mezi majitele vozů Volvo i mezi "nevolvisty". Z reakcí, které video vzbudilo, se to podařilo, protože zásah byl obrovský a zapamatovatelnost díky známým tvářím ve videu vysoká. Dodnes nám zákazníci na showroomech říkají: "To video bylo skvělé, moc jsem se bavil a díky tomu jsem na vás vlastně přišel."

Weblinky:

<https://youtu.be/lCkxhu5Cm4?si=OR2ZF27dQhUINNO9>,
<https://mam.cz/novinky/kreativita-a-kampane/kampane/2024-10/videem-od-markuse-kruga-zvedaji-cardion-cars-latku-v-zapojovani-ambasadoru/>,
<https://www.mzone.cz/cardion-cars-celebrity-zvou-v-narozeninovem-videu-do-volva/>,
<https://www.mediaguru.cz/clanky/2024/10/rebranding-cardion-cars-komunikuji-ruppert-barta-ci-najbrt/>,
https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/vysoka-skola-ambasadorstvi--cardion-cars-oznamuji-rebranding-od-najbrta-vtipnym-videem-s-radou-znamyc-h-tvari_s288x17619.html,
https://sdeleni.idnes.cz/praha/video-plne-hvezd-co-spojilo-rupperta-bartu-nebo-nergesovou.A241101_104756_prahah-sdeleni_zuje