



PRIHLÁŠKA ELEKTRODOVOLENKA NA SLOVENSKU

PRIHLASOVATEĽ

Fakturačné údaje

Názov	Wiktor Leo Burnett
Adresa	Leškova 5, 81104 Bratislava
IČO	31334938
DIČ	2020291768
IČ DPH	SK2020291768

Prihlasovateľ 1

Názov	Wiktor Leo Burnett
Link na webstránku	www.wlb.sk
Miesto podnikania	Leškova 5, 81104 Bratislava
Sieť	Leo Burnett Worldwide
Materská spoločnosť	Publicis Groupe

Prihlasovateľ 2

Názov	ŠKODA AUTO Slovensko
Link na webstránku	www.skoda-auto.sk
Miesto podnikania	Sabinovská 6, 821 02 Ružinov
Sieť	-
Materská spoločnosť	-

NÁZOV PRIHLÁŠKY

ELEKTRODOVOLENKA NA SLOVENSKU

TRVANIE

Od: 2022-06-28

Do: 2022-08-31

KATEGÓRIA

Small Budget

POPIS

Projekt ELEKTRODOVOLENKA NA SLOVENSKU je ukážka, ako zaujať na trhu, na ktorom podľa prieskumov elektromobilita ľudí nezaujíma. A ukážkou, ako využiť získanú pozornosť na búranie bariér spájaných s elektromobilitou.

Projekt ELEKTRODOVOLENKA NA SLOVENSKU vyvolal mimoriadny záujem. Benchmark COST PER VIEW bol prekonaný 4-násobne. Dopperateľnosť videí 86% (o dve tretiny viac ako benchmark).

Naše boli dva z TOP4 príspevkov tykajúcich sa elektromobility.

Zaevidovali sme 100% nárast objednávok na inštalácie wallboxu.

Vďaka nášmu projektu najpopulárnejší slovenský ubytovací portál doplnil nabíjanie elektromobilu ako ďalšie vyhľadávacie kritérium.

SITUÁCIA

Škoda je líder medzi automobilovými značkami na Slovensku a toto líderstvo sa prenieslo aj do vnímania z hľadiska elektromobility. Podľa prieskumu pri kúpe elektroauta je preferencia značky Škoda dvojnásobná oproti druhému autu v poradí. Škoda má tak kompetenciu formovať trh s elektromobilmi (Zdroj: Ipsos).

Zároveň Škoda zrealizovala rozsiahly prieskum, na základe ktorého je Slovensko z hľadiska elektromobility nerozvinutý trh a drvivá väčšina populácie, viac ako 95% vôbec neplánuje v budúcich troch rokoch kúpu plne elektrického auta. Na základe tohoto prieskumu vyšlo zistenie, že na Slovensku elektromobilita ľudí nezaujíma (Zdroj: Ipsos).

Z dlhodobých cieľov značky Škoda je zrejmá orientácia na elektromobilitu. Na základe ŠKODA STRATEGY 2030 sa podiel elektricky poháňaných vozidiel v modelovej palete značky ŠKODA do roku 2030 v Európe zvýši na 50-70% (Zdroj: skoda-storyboard.com)

Škoda teda potrebuje slovenský trh s elektromobilitou rozvíjať. Preto si prieskumom zmapovala motivátory a bariéry v elektromobilite.

Podľa tohoto prieskumu okrem ceny elektroauta sú na Slovensku s elektromobilitou spojené 3 najzásadnejšie obavy:

- elektromobil nie je určený na dlhé trasy
- obáva z nedostatku nabíjajúcich staníc
- obava z krátkeho dojazdu

(Zdroj: Ipsos)

Škoda ako líder v elektromobilite sa rozhodla bariéry v elektromobilite odbúravať. Rozhodla sa komunikovať dlhý dojazd a ekosystém elektromobility, v rámci ktorého Škoda ponúka nabíjacie wallboxy. Wallboxy robia nabíjanie jednoduchým a dostupným a Škoda zaisťuje ich montáž na kľuč.

CIEĽOVÁ SKUPINA

CIELE

Ciele boli stanovené s ohľadom na to, že išlo o digitálnu kampaň.
Cieľom bolo dosiahnuť minimálne benchmarky nastavené na štandardné témy.

Cieľ 1:

Dosiahnuť na YouTube parameter COST PER VIEW (CPV)
minimálne na úrovni benchmarku 0,02 €.

Cieľ 2:

Dosiahnuť na FB + IG parameter COST PER VIEW
minimálne na úrovni benchmarku 0,02 €.

Cieľ 3:

Dosiahnuť na YouTube parameter DOPOZERATEĽNOSŤ videí
priemerne aspoň na úrovni benchmarku 52%.

(Zdroj benchmarkov PHD)

Zároveň bolo cieľom zvýšiť návštevnosť webu Škoda v sekcii elektromobilita o 30%
a zvýšiť počet objednávok na wallboxy o 30%.

(Zdroj: ŠAS)

STRATÉGIA

Cieľom bolo odbúravať najväčšie bariéry v elektromobilite. Komunikovať dlhý dojazd a ekosystém elektromobility, v rámci podpory ktorého Škoda ponúka montáž nabíjajúcich wallboxov.

Vzhľadom na komunikačný budget bolo stratégiou nájst výraznú tému, ktorá bude mať potenciál vyvolať záujem a odbúravať bariéry spojené s krátkym dojazdom a nedostatkom nabíjajúcich staníc. Položili sme si otázku ako najlepšie otvoriť tému dojazdu a dlhých trás? Kedy ľudia typicky jazdia dlhé trasy? Analýzy dĺžky jazd ukázala, že typicky sú dlhé jazdy spájané s cestou na dovolenku.

Vytvorili sme projekt ELEKTRODOVOLENKA NA SLOVENSKU, kde hlavnou správou je, že dovolenkovanie s elektroautom je na Slovensku realitou aj vďaka wallboxu, ktorý môžete umiestniť prakticky kdekoľvek.

Zaviedli sme pojem ElektroDovolenka, kde sme organicky spojili dovolenkovanie a tému elektromobility.

Komunikáciu sme cieľili na 3 cieľové skupiny:

Hlavná cieľová skupina je široká verejnosť, doplnkové cieľové skupiny boli fleetoví zákazníci

a segment ponúkajúci dovolenkové služby

Hlavnú správu sme komunikovali na všetky cieľové skupiny.

Na doplnkové cieľové skupiny sme komunikovali aj doplnkové správy:

- Škoda zlepšuje infraštruktúru elektro nabíjačiek na Slovensku
- Wallboxy sa hodia pre retailových aj súkromných zákazníkov
- Wallboxy zlepšujú komfort ubytovania
- Wallboxy predstavujú konkurenčnú výhodu pre prevádzkovateľov ubytovacích zariadení
- Inštalácia wallboxu od Škody je jednoduchá, rýchla a nenáročná
- Ubytovacie služby pre biznis a fleet zákazníkov aj vďaka wallboxu ponúkajú možnosti nabíjania

Išlo o pomerne komplexný a sofistikovaný projekt.

Tomu zodpovedal aj výber troch ubytovacích zariadení, ktorým sme nainštalovali wallbox.

Vyberali sme ich tak, aby sme kontentom vedeli pokryť všetky cieľové skupiny a všetky témy.

Vybrali sme:

- URBANOVE SESTRY (nabíjať môžete kdekoľvek, aj na kraji sveta)
- WOOD PARK VALČA (nabíjať môžete kdekoľvek, na ekobytovaní zvlášť)
- GRAND VIGLAŠ (nabíjať môžete kdekoľvek, aj v zariadeniach pre fleet zákazníkov)

Následne sme vybrali influencerov, ktorí cestovali po Slovensku a vybraných ubytovacích zariadeniach aby dokázali, že obavy z elektroauta nie sú na mieste. Influenceri boli vybraní tak, aby mali výraznú afinitu k téme elektromobility a aby aj v súkromí využívali elektroauto.

Vo výsledku bol pripravený sofistikovaný mix digitálnych, social a PR výstupov.

Začali sme trailerom, ktorý uviedol hlavné video a nasledovala segmentovaná PR,



PRIHLÁŠKA ELEKTRODOVOLENKA NA SLOVENSKU

digital a social komunikácia. Pre vlastnú komunikáciu chatárov sme pripravili komunikačný kit.

BIG IDEA

IMPLEMENTÁCIA IDEY

ROZPOČET

od 0 do 30.000 EUR

MEDIAMIX

Online	100%
Social, sociálne siete	84%
Gaming a influencers ako médium	16%

VÝSLEDKY

Projekt ELEKTRODOVOLENKA NA SLOVENSKU vyvolal mimoriadny záujem.

Výsledok 1:

Na YouTube bol benchmark COST PER VIEW (CPV) bol prekonaný 4-NÁSOBNE (cieľ 0,02 €, výsledok 0,005 €).

Hlavné YouTube video malo 0,66 mil. videní.

Výsledok 2:

Na FB + IG bol CPV benchmark prekonaný taktiež 4-NÁSOBNE (cieľ 0,02 € výsledok 0,005 €).

Výsledok 3:

Priemerná dopozerateľnosť videí je 86% (benchmark 52%), čo je o dve tretiny viac ako bol cieľ.

(zdroje: PHD)

Naše boli dva z TOP4 príspevkov týkajúcich sa elektromobility.

Počas projektu sa zvýšila návštevnosť webu Škoda v sekcii elektromobilita o 67% (cieľ 30%)

a počet objednávok na wallboxy narástol o 100% (cieľ bol o 30%).
(Zdroj: ŠAS)

Vďaka nášmu projektu najpopulárnejší slovenský ubytovací portál doplnil nabíjanie elektromobilu ako ďalšie vyhľadávacie kritérium.

O projekte písal aj najväčší európsky ubytovací portál booking.com

POTVRDENIE VÝSLEDKOV

[SHwfAfbM_SKODA_ELEKTRODOVOLENKA_NA_SLOVENSKU_potvrdenie_vysledkov.pdf](#)



PRIHLÁŠKA ELEKTRODOVOLENKA NA SLOVENSKU

INFORMÁCIE

Doplňujúce údaje sa nachádzajú v priloženej case study.

LESSON LEARNED

UKÁŽKA KREATÍVY

[WC8cY4ZE_SAS_ELECTRIC_HOLIDAY_IN_SLOVAKIA_casestudy_final.mp4](#)

POTVRDENIE ÚDAJOV

Správnosť klienta

[mZK2YaNS_EFFIE_2022_SUHLAS_KLIENTA_S](#)

[PRIHLÁSENÍM_ELEKTRODOVOLENKA_NA_SLOVENSKU.pdf](#)

Správnosť agentúry

[cypMd0ZC_EFFIE_2022_POTVRDENIE_PRIESKUMNA_AGENTURA_ELEKTRODOVOLENKA_NA_SLOVENSKU.pdf](#)

Správnosť mediálky

[h9FGOR0t_EFFIE_2022_POTVRDENIE_MEDIALKKA_ELEKTRODOVOLENKA_NA_SLOVENSKU.pdf](#)



PRIHLÁŠKA ELEKTRODOVOLENKA NA SLOVENSKU

KREDITY - AGENTÚRA

Strategy director / Strategy planner	Vladimír Lefík
Copywriter	Ján Genčur, Erik Reingraber
Creative Director	Erik Reingraber, Štefan Andrejco
Art director	Mária Karasová, Gabriel Jakubkovič
Account Director / Account	Milan Sitárik, Ladislav Fazekaš
Iní	

KREDITY - KLIENT

Marketing manager / Marketing director	Katarína Pevná / Roman Rajtár
Brand manager	
Iní	

KONTAKTNÁ OSOBA - AGENTÚRA

Meno a priezvisko	Milan Sitárik
Email	milan.sitarik@wiktorialeoburnett.sk
Telefónne číslo	0905724589

KONTAKTNÁ OSOBA - KLIENT

Meno a priezvisko	Katarína Pevná
Email	Katarina.Pevna@skoda-auto.sk
Telefónne číslo	0904701398