

VIDEO**KLIENT** FINAL-CD

ZADANIE Klient by potreboval pomôcť s tvorbou konceptov pre video komunikáciu. Chcel by viac promovať svoje služby, showroomy a servisy pomocou videí. Potrebuje navrhnuť univerzálny koncept, vizuálny a obsahový, ktorý by vedel následne sám (ľudia na prevádzkach) realizovať a vizuálne dotvárať pre jednotnú a efektnú komunikáciu na sociálnych sieťach.

CIELE VIDEO Odkomunikovať chceme služby (predaj, servis, leasing, doživotný servis zdarma...)

TYP VIDEO ■ promo videá na služby

POUŽITIE VIDEO Web, sociálne siete (FB, Instagram) a Youtube, koncept by sa mal dať rozvíjať a pridávať videá na ďalšie služby, pobočky.

FORMA VIDEO ■ hrané, aby sa dali realizovať následne na samotných pobočkách

PREDPOKLADANÁ DĹŽKA VIDEO ■ minimálne 30s maximálne 60s a aj 6s pre Bumper Ads

HUDBA Podľa cieľovej skupiny, nechávame na doporučenie.

HLASOVÝ KOMENTÁR ■ mužský

TITULKOVANIE ■ titluky áno, spodná lišta

JAZYKOVÉ VERZIE SK

HERECKÉ OBSADENIE

- ideálne predajca aut, šéf servisu, servisák...

CHARAKTERISTIKA PRODUKTU SLUŽBY

Klient je naväčší predajca automobilov na Slovensku, ktorý má vo svojom portfóliu značky ako Peugeot, Opel, Citroen, Volvo, Jaguár a Land Rover. Na Slovensku má 12 showroomov so servismi. Okrem pravidelných akcií na jednotlivé modely usporiada veľké množstvo eventov na ktorých sa aktívne podieľa. Momentálne sa pracuje na novom webe a vizuálnej komunikácii. Jeho hlavným cieľom je doviest ľudí do showroomov.

CIEĽOVÁ SKUPINA VIDEA

Ľudia, čo si plánujú kúpiť auto, čo majú auto a potrebujú servisovať.

KONKURENCIA

Araver, Autostyl, Todos, Frentech, APG,

HLAVNÉ BENEFITY

- doživotný servis zdarma, najmodernejšie servisné strediská, najväčší predajca (pružnosť výberu - dovoz zo všetkých pobočiek)

KEY MESSAGE

- dôveryhodnosť a komunikačná zaujímavosť, spoľahlivosť

OBMEDZENIA A POVINNOSTI

- dôveryhodnosť a komunikačná zaujímavosť, spoľahlivosť

STRATÉGIA VIDEO KAMPANE

Kde všade plánujete video nasadiť? (Sociálne siete, preroll..)

- FB, Instagram, Youtube, web

Aké ciele chete videom dosiahnuť?

- komunikácia výhod a služieb, zvýšenie povedomia o značke

Ako je video napojené na ďalšie časti kampane?

- zatiaľ nijak

Akými parametrami budete merať úspešnosť?

- univerzálnosť konceptu, možnosť realizovať home made