
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Volkswagen magazín

Klient:

Porsche Česká republika s.r.o.

Agentura / Přihlašovatel:

Boomerang Communication s. r. o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Jakub Bouda, Head of Marketing and PR , Porsche Česká republika s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.1 Firemní publikace – periodické

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Martin Koubek

Firma/organizace: Boomerang Communication s. r. o.

Stručné shrnutí projektu:

Volkswagen magazín je určený primárně pro zákazníky značky, pro které funguje jako stylový průvodce novinkami a novými technologiemi. Díky množství lifestyleového obsahu je však zajímavý také pro kohokoliv se zájmem o svět automobilů a elektromobility. Přináší čtenářům technologické novinky, pozadí jejich vzniku, ale také inspirativní čtení na cesty.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem magazínu je představovat atraktivní formou novinky u značky Volkswagen Osobní vozy a také vysvětlovat jejich technologické novinky nebo kam se celý segment auto-moto ubírá. K dispozici je proto k dostání u všech autorizovaných dealerů, ale také na akcích značky a významní klienti a obchodní partneři ho dostávají i adresně. Zároveň magazín slouží jako podpůrný zdroj obsahu pro sociální sítě, web a newslettery. Mezi čtenáře patří všichni zákazníci značky Volkswagen Osobní vozy a také návštěvníci autosalonů, přičemž významní klienti dostávají magazín adresně. Náklad se pohybuje dle vydání mezi 9 a 11 tisíci kusy a magazín vychází 3x ročně. K dostání je také na partnerských akcích značky, jako jsou předváděčky, konference, oborové přehlídky a další. Samozřejmostí pak je zasílání novinářům a mediálním agenturám, které z magazínu mohou čerpat informace pro další užití.

Strategie:

Největší důraz klademe na srozumitelnost a kvalitu zpracování. Proto k magazínu přistupujeme jako k exkluzivnímu médiu a pro lokální obsah využíváme prověřené motoristické a technologické novináře, stejně jako na focení oceňované fotografy. Když se pak opíráme o technologický obsah z oficiálních kanálů značky (Newsroom, Tiskové zprávy ad.), tlumočíme je čtenářům vždy do srozumitelné formy a akcentujeme, jak se zákazníků dotknou prakticky.

Nástroje a aktivity:

Obsah vzniká na míru klientovi. Témata se plánují na redakční radě, kde vybíráme komunikační priority na následující období. Poté volíme vhodné formáty a vymýšlíme další lifestyleový obsah do daného vydání. Abychom si drželi exkluzivitu, spolupracujeme s oceňovanými českými fotografy (Matěj Třešňák, Ondřej Szollos ad.). S partnery značky vymýšlíme exkluzivní obsah pro nás (Lukáš Hejlík, Zoo Praha ad.). Ve zlomu pak pracujeme s velkými fotografiemi, ať už vlastními, či z marketingové databáze, aby čtenáře k tématu přitáhly. Výstupem je jak tištěná, tak digitální verze magazínu.

Výsledky:

Zákazníkům přinášíme užitečné informace o vozech značky Volkswagen a pravidelně od nich dostáváme pozitivní zpětnou vazbu. Spokojeni s obsahem jsou i dealeři, u kterých je magazín k dostání. Jím magazín ostatně pomáhá jako loyality nástroj pro podpoření vztahu s kupujícími. Čím dál více také oslovujeme klienty značky a posouváme je do role ambasadorů – zpravidla s nimi vytvoříme obsah, který oni sami v komunikaci využívají.

Weblinky:

<https://www.volkswagen.cz/znacka/magazin/stahnout>