

PROČ ADTRUCKS?

Kteří klienti využili nové a inovativní outdoorové médium ADTRUCKS? Proč se pro ADTRUCKS rozhodli? Kde vidí největší výhody ADTRUCKS? Na tyto otázky jsme se zeptali dvou zástupců klientů, kteří se rozhodli ADTRUCKS využít ve svých kampaních v roce 2013, konkrétně představitelů značek SONY, divize PlayStation a FANUC Robotics.



Ivan Bradáč
Sony Central & Southeast Europe
PlayStation Country Manager CZ/SK/HU

Klient: **PlayStation**
Délka kampaně: 6 měsíců
Počet kamionů: 3ks
Tourplan: Česká republika, Slovenská republika, Maďarsko



ADTRUCKS je nové a netradiční outdoorové médium, proč jste se jej rozhodl využít pro podporu vaší značky?

Médium je možná nové pro jiné společnosti, my jsme byli jedním z prvních klientů ADTRUCKS, je to už celkem naše třetí kampaň na kamionech, tuto formu outdoorové reklamy už máme tedy ověřenu.

Vždy k dané kampani pořádáme i doprovodné aktivity, jako jsou soutěže na Facebooku a účast kamionů na eventech, které se nám v minulosti osvědčily.

Komunikace na ADTRUCKS bude probíhat celých 6 měsíců – jaký hlavní cíl touto kampaní sledujete?

Cílem naší kampaně bude podpora nové konzole PlayStation 4, která bude uvedena na naše trhy 13.12. 2013 a v následujících měsících bude jedním z nejžádanějších produktů na herním trhu. Potřebujeme tento produkt ukázat široké veřejnosti v ČR, SR, a Maďarsku a ADTRUCKS je pro tento účel vhodným médiem.

Plánujete využít možnost odstavit kamion ADTRUCKS u příležitosti nějakého eventu?

Samozřejmě, vždy když je možnost, využijeme odstavení kamionu na některém z našich eventů – ať už na půlnočním zahájení prodeje PlayStation 4, nebo některé z herních akcí, kterých se v našich teritoriích koná několik ročně.

Nakupujete pro své kampaně média převážně napřímo nebo prostřednictvím mediální agentury?

Média nakupujeme prostřednictvím mediální agentury OMD, v ojedinělých případech napřímo.

PROČ ADTRUCKS?

FANUC

Ing. Daniel Havlíček
FANUC Robotics Czech s.r.o.
Marketing Manager

Klient: **FANUC Robotics**
Délka kampaně: 12 měsíců
Počet kamionů: 5ks
Tourplan: Česká republika a Slovenská republika



ADTRUCKS je nové a netradiční outdoorové médium, proč jste se jej rozhodl využít pro podporu vaší značky?

Těch důvodů je samozřejmě více. Ten prvotní je skutečnost, že značka FANUC je velmi dobře známa odborné veřejnosti, ale již minimálně zbytku populace v České republice a na Slovensku. Proto se snažíme využívat k propagaci prostředky, které pokryjí naše prodejní teritorium jako celek a současně nebudeme jedním z davu. Tomu kamion jako outdoor médium plně vyhovuje. Navíc doufáme, že tato kampaň zaujme nejen cílové publikum, kterému je určena (osoby, které mají na starost či rozhodují o průmyslové automatizaci ve všech průmyslových

odvětvích), ale daleko více lidí a přispěje to ke zvýšení povědomí o značce FANUC v daném teritoriu. Dalším důvodem je, že rádi zkusíme nové, zatím tolik nerozšířené aktivity, protože tak máme větší šanci, že naše kampaň zaujme. Navíc pokud je to finančně v našich možnostech tak jsme rádi průkopníky na poli outdoorových médií.

Komunikace na ADTRUCKS bude probíhat celých 12 měsíců – jaký hlavní cíl touto kampaní sledujete?

Zde bych ještě doplnil, že pro 12 měsíců jsme se rozhodli z čistě pragmatických důvodů. Kratší kampaň než 6 měsíců z našeho pohledu nemá smysl. Samozřejmě, když pominu fakt, že by nám ve vybraném teritoriu v kratším časovém úseku než jsme zvolili my jezdilo třeba 100 kamionů. Na to náš marketingový rozpočet ale nestačí, proto jsme zvolili menší počet kamionů na delší časové období aby se zvýšila pravděpodobnost, že lidé uvidí „naše“ kamiony vícekrát a tím pádem si je lépe zapamatují.

Plánujete využít možnost odstavit kamion ADTRUCKS u příležitosti nějakého eventu?

Samozřejmě máme v plánu využít odstavení kamionu u příležitosti nějaké našeho eventu, ale v tuto chvíli je vše teprve ve stádiu plánování, takže říkat cokoliv dalšího by bylo předčasné.

Nakupujete pro své kampaně média převážně napřímo nebo prostřednictvím mediální agentury?

Tady je odpověď jednoduchá – napřímo. Já osobně upřednostňuji fakt, že znám druhou stranu a mohu se s ní dohadovat bez prostředníků. Myslím si, že tento fakt přispívá ke snazšímu jednání.