



CASE STUDY

Hyundai a česká fotbalová reprezentace

Jak se nám podařilo zvýšit povědomí o značce Hyundai jako o partnerovi českého fotbalu

Hlavním partnerem české fotbalové reprezentace je už mnoho let automobilka Hyundai. My jsme se v Seznam Brand Studiu v posledních dvou letech starali o to, aby o tom všichni fotbaloví fanoušci věděli. Zároveň pomáháme promyšleným obsahem propagovat konkrétní modely aut a jejich výhody. Jaké máme výsledky?

Češi, do toho!

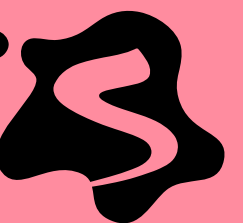
Začátek léta 2021 se pro fanoušky sportu nesl ve znamení fotbalového šampionátu EURO. Fotbalové týmy z 24 evropských zemí spolu měřily síly. A nechyběla ani česká reprezentace. Půjčili jsme si červený Hyundai TUCSON a rozjeli jsme se mapovat dění kolem šampionátu. Natočili jsme desetidílný seriál nazvaný **Jedeme na EURO**, jehož moderátory se stala trojice novinářů, a hlavně sportovních fanoušků – Jindřich Šídlo, Luděk Mádl a Jiří Hošek. Nechyběli v něm ani bývalí fotbalisté a trenéři, jako je Vladimír Šmicer nebo Dušan Uhrin, stejně tak současní hráči české reprezentace.

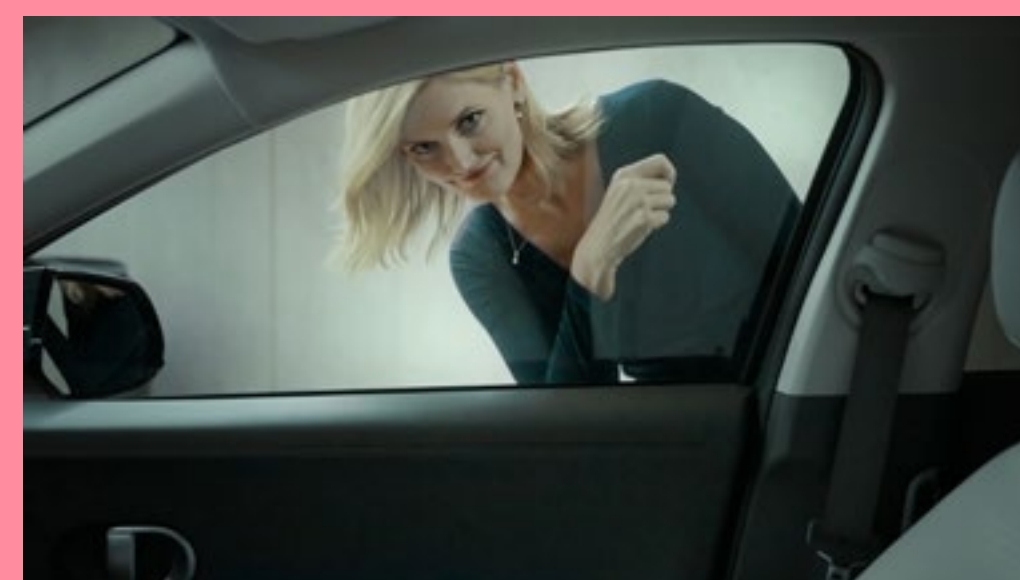
A jelikož bylo kvůli pandemii velmi obtížné dostat se na zápasy, vytvořili jsme pro fanoušky fotbalu virtuální fanouškovskou zónu **Češi, do toho!** Návštěvníci tu mohli získat zajímavé informace o hráčích a zápasech, ale i soutěžit v rozsáhlé tipovací soutěži o dres nebo půjčení auta. Někteří z uživatelů využili také možnosti povzbudit český tým, a tak jsme jejich vzkazy mohli poslat za reprezentanty do Londýna.



Přestože se česká reprezentace v roce 2022 nedostala na Mistrovství světa, naše komunikace nepolevovala a hledali jsme další neotřelé formáty. Vytvořili jsme online hru, kde si hráči mohli vyzkoušet, jak přesní by byli jako fotbaloví střelci. Pro fanoušky jsme také připravili interaktivní kvíz o lístky na podzimní zápasy Ligy národů.

Na podzim, kdy se hrály atraktivní zápasy s Portugalskem a Švýcarskem, které znamenaly pro českou reprezentaci fotbalové vyvrcholení roku, jsme v lehce obměněné sestavě pokračovali ve video seriálu na Seznam Zprávách. Tentokrát jsme ale chtěli k fotbalovému obsahu přidat ještě elektromobilitu a technologie. Vytvořili jsme seriál **Nahrávky & Nabíječky**, kterým provázel opět Jindřich Šídlo, tentokrát se Zuzanou Hodkovou z ekonomické redakce Seznam Zpráv. S elektrickým vozem IONIQ 5 jsme vyrazili do Švýcarska, cestou jsme navštívili stadion v Mnichově, vyzpovídali bývalého reprezentanta a nyní úspěšného podnikatele Ivo Uliča anebo se svezli s Vladimírem Šmicerem. Na vlastní kůži jsme si vyzkoušeli, že i s elektrickým autem se dá naprosto pohodlně cestovat.





Jak jsme náš obsah dostali mezi lidi?

Vytvořený video obsah jsme umístili do článků na Seznam Zprávy a na Stream. Pro kampaň **Jedeme na EURO** jsme vytvořili interaktivní článek Seznam Native a k tomu přidali microsite

FandimsHyundai.cz, kde lidé mohli tipovat a soutěžit. Každý díl z video sérií **Jedeme na EURO** a **Nahrávky & Nabíječky** provázela originální znělka s automobilem Hyundai v hlavní roli, video reklama se sponzorským vzkazem a bannery. Klíčové bylo, že u obsahu na Seznam Zprávách se neobjevovala jiná reklama než ta Hyundai. Součástí komunikace byl i obsah vysílaný na rádiu Expres FM a propagace na Facebooku.

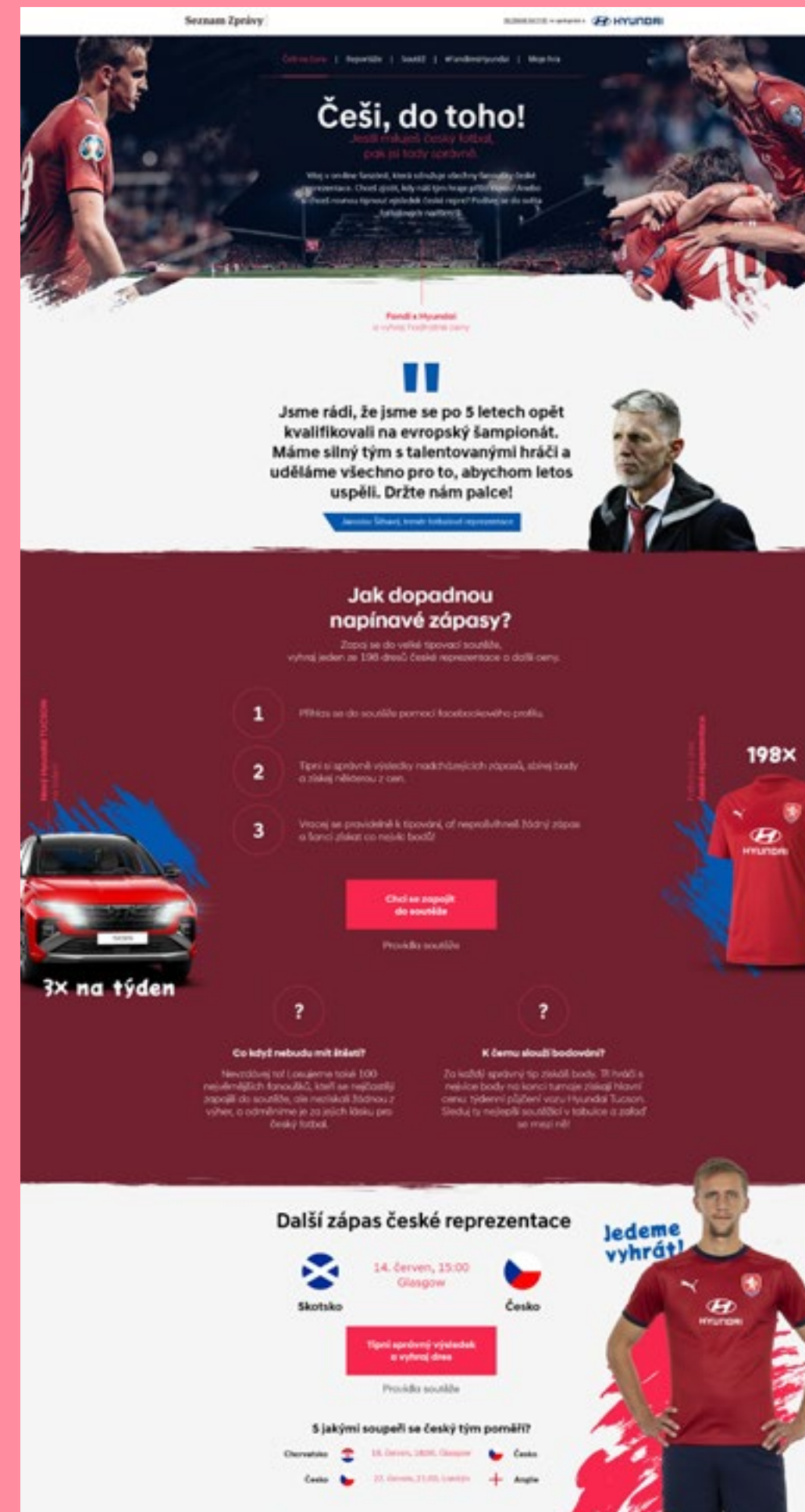
Jak měříme úspěch?

V kampaních jsme sledovali počet zhlédnutí videí i **počet zobrazení článků na Seznam Zprávách**, v jejichž rámci seriály **Jedeme na EURO** a **Nahrávky & Nabíječky** vycházely. Zásadními metrikami pro nás byly **čas strávený s obsahem a kvalita zhlédnutí video obsahu**. Zároveň jsme sledovali i **počet návštěvníků** online fanzóny a počet soutěžících, kteří se zapojili do hry a kvízů. Vliv kampaně na značku jsme doměřili pomocí **Seznam Brand Liftu**.



Jaké kampaně přinesly výsledky?

Cíl počtu zhlédnutí videí ze série **Jedeme na EURO**, který byl stanoven na 350 000, se nám podařilo překonat více než dvakrát. Seriál nasbíral přes **777 600 zhlédnutí**. Články nasbíraly přes **2 miliony zobrazení**. Silné propojení obsahu a klienta se odrazilo také v microsite **Češi, do toho!** Online fanzónu navštívilo přes **252 000 unikátních uživatelů**. Celkem jsme vytvořili 27 digitálních touchpointů, tedy míst, kde uživatelé mohli obsah zhlédnout. Celkový počet oslovených uživatelů všemi formáty činil přes **2,3 milionu**.



V roce 2022 jsme přišli s novými nápady, abychom skvělé výsledky opět obhájili. Vytvořili jsme online hru, ve které hráči trávili průměrně **10,5 minuty** a v průměru 7krát hru opakovali. Nejaktivnější fanoušek uskutečnil dokonce 494 pokusů a hrou tak strávil až 12 hodin.

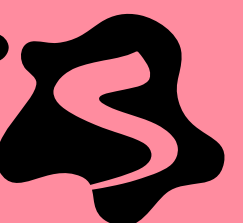
Články v sérii **Nahrávky & Nabíječky** nasbíraly přes **milion zobrazení** a videa v nich byla přehrána více než **350 000krát**. Lidé průměrně s obsahem strávili 3,46 minuty, což je pořádná dávka času, který dobrovolně trávili s komerčním obsahem. Všechny články byly obrandované bannery Hyundai.



Microsite s názvem Češi, do toho najdete tady.



Mini sérii Nahrávky a nabíječky najdete tady.

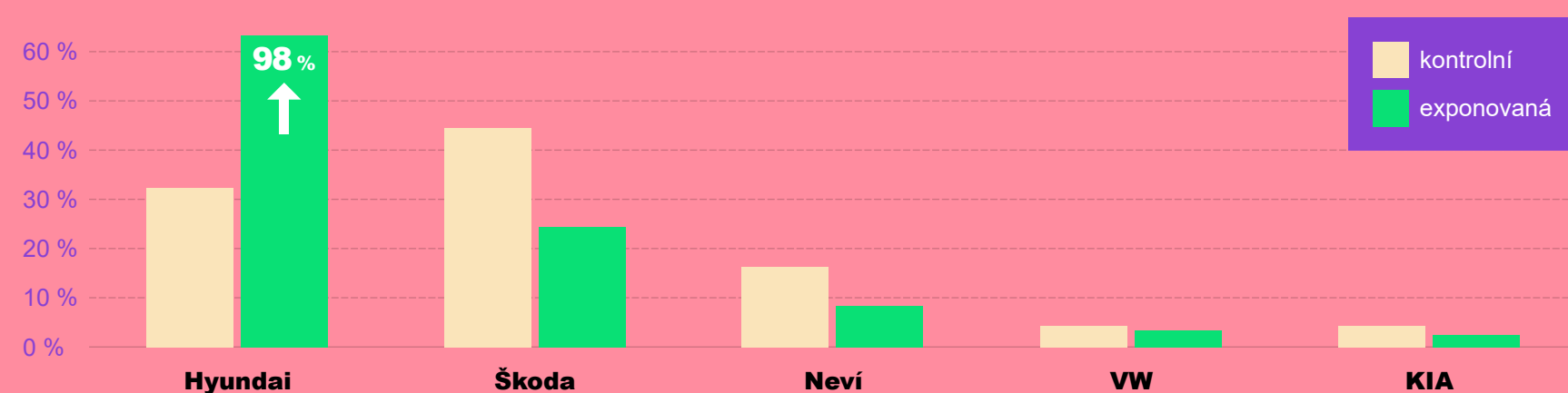


Seznam Brand Lift jako další důkaz úspěchu

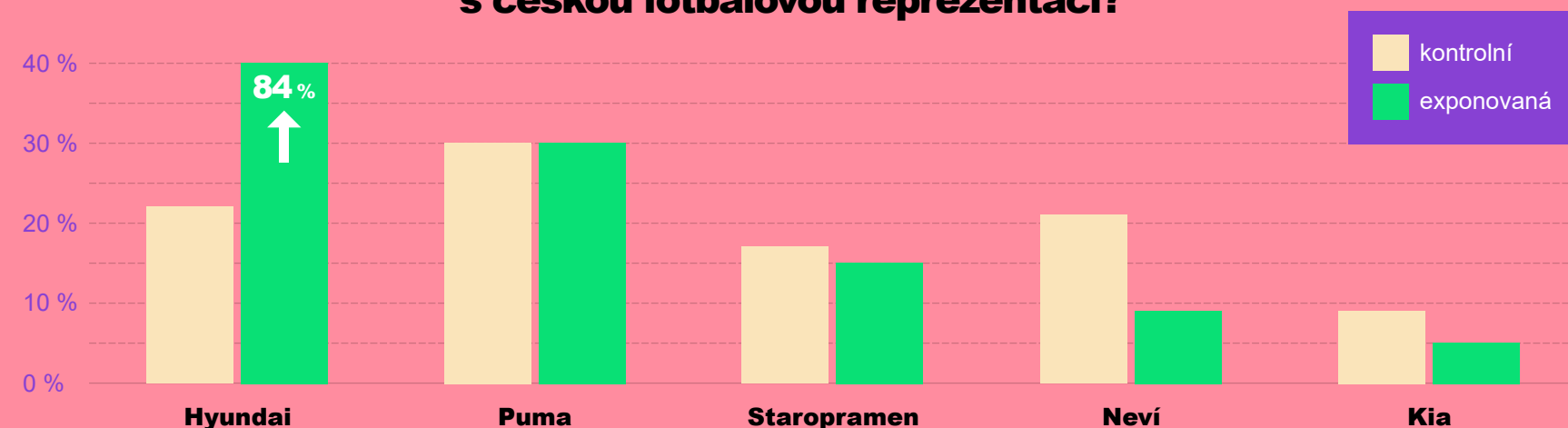
Znalost značky Hyundai coby partnera reprezentace jsme si před spuštěním kampaně v roce 2021 ověřili ve výzkumu mezi 3 500 respondenty. První výzkumnou otázkou jsme porovnávali automobilku Hyundai s dalšími výrobci aut, druhou pak značku Hyundai s ostatními partnery reprezentace. Před kampaní respondenti nejčastěji přiřazovali partnerství značce Škoda Auto, která ve fotbale nijak nefiguruje. V případě ostatních partnerů pak vyhrála značka Puma, která měla nejsilnější pozici díky dresům a dlouhodobému sponzorství.

Po kampani **Jedeme na EURO** se výsledky výrazně změnila a **63 % respondentů** v první otázce správně přiřadilo značku Hyundai a zároveň došlo k významnému snížení odpovědí u možnosti Škoda Auto. I v porovnání s ostatními partnery (Puma, Staropramen a Pepsi) značka Hyundai výrazně získala. Správně ji přiřadilo **40 % lidí oproti původním 22 %**.

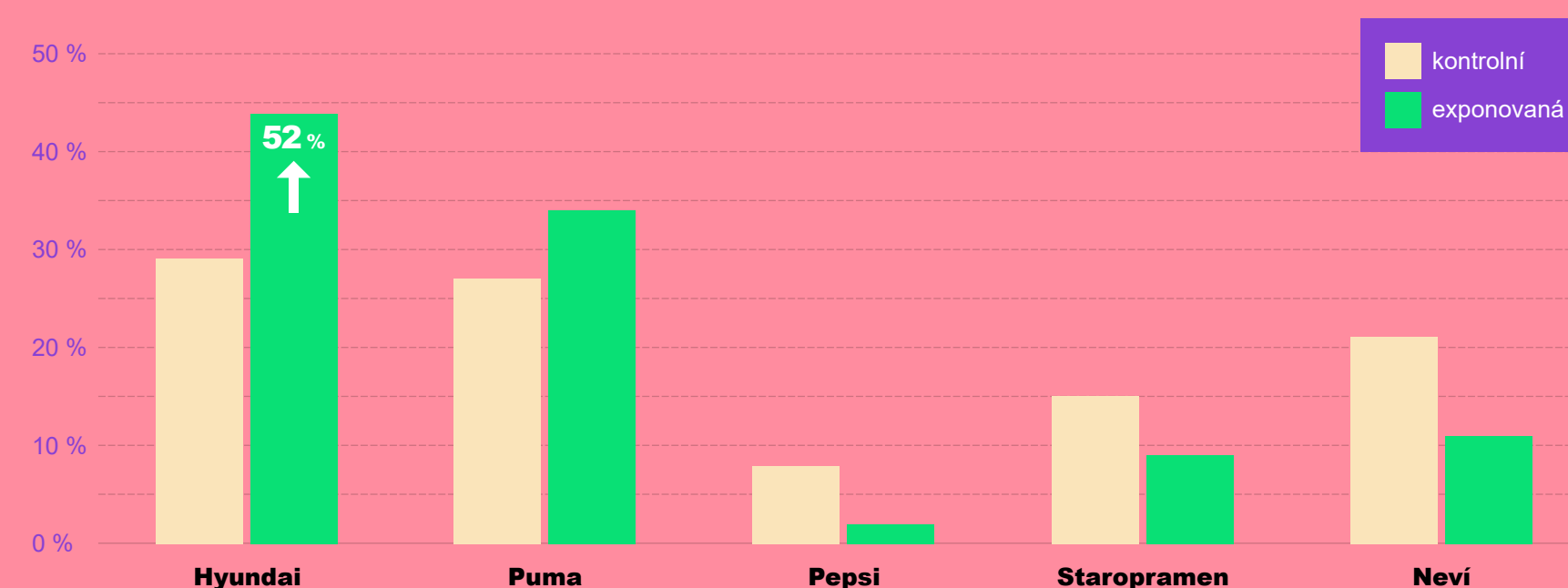
Kdo je oficiálním partnerem české fotbalové reprezentace?



Kterou z těchto značek si nejvíc spojíte s českou fotbalovou reprezentací?



Kterou z těchto značek si nejvíce spojíte s českou fotbalovou reprezentací?



Zdroj: Seznam Brand Lift, n=1072, podzim 2022

I v roce 2022 jsme opět pozvedli propojení značky Hyundai s českým fotbalem a **44 % respondentů** správně přiřadilo jako sponzora české reprezentace automobilku Hyundai, a to na úkor ostatních sponzorů. K tomu se nám navíc podařilo zlepšit vnímání elektromobility u Čechů o **18 %**, a to díky přirozenému a nenásilnému předvedení elektrického auta v běžném životě.

At' už chcete promovat službu, nebo produkt, dělejte to zajímavým způsobem. Upoutejte zákaznickou pozornost a naservírujte mu kvalitní obsah. Nevíte, jak na to? V Brand Studiu se nebojíme velkých výzev. Obrat' se na nás a my vám rádi pomůžeme.

