

PHILIPS

„Nenech své zuby v minulosti“

Zhotoveno agenturou **Spark**

Obsah

- 01 Agentura Spark
- 02 Challenge
- 03 Analýza
- 04 Nápad a strategie
- 05 Kreativní řešení
- 06 Časový plán a rozpočet
- 07 Vyhodnocení kampaně

Tým Spark



Hannah



Michal



Eliška

Challenge

Vytvoření originální, efektivní a praktické marketingové strategie pro zvýšení povědomí o značce Philips Sonicare u mladší cílové skupiny.

Cílem je zatraktivnit elektrické kartáčky cílové skupině tak, aby ihned chtěla zahodit manuální kartáček.



Analýza

Spark

Aktuální tržní situace

Hlavní konkurence

Manuální kartáčky

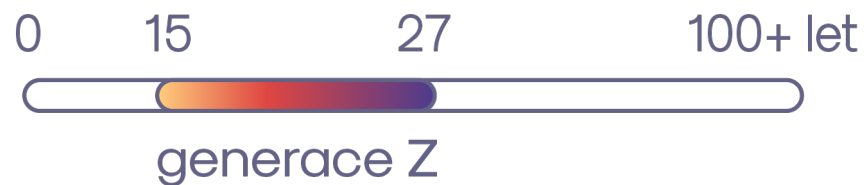
- stále používá přes 90 % CS
- + levnější a odolnější
- zdaleka nevyčistí tak dobře

Oral-B

- + lépe vyčistí
- hlasitější

Spark

Cílová skupina



studenti, pracující
střední a vyšší střední třída
hodnoty: zdraví, udržitelnost, vzhled
čištění zubů je pro ně každodenní rutina
technologicky zdatní
oceňují inovace

Vztah CS k produktu

k nákupu CS nejčastěji přesvědčí WOM
většině pořídil elektrický kartáček někdo jiný
často vidí elektrické kartáčky jako zbytečně vyhozené peníze

Komunikace CS

nelze ji lehce zaujmout
je zvyklá na rychlou komunikaci
nejčastěji komunikuje online
je ovlivnitelná sociálními sítěmi a influencer marketingem
ovlivňuje ji fenomén FOMO (fear of missing out)

Hero produkt

Phillips Sonicare 6100

zlatý střed

jednoduchý design

dostupná cena



3 režimy

Clean, White, Gum Care

3 intenzity

cestovní pouzdro

Spark

Insight

Gen-Z nerada zaostává a chce držet s trendy. Silně ji ovlivňuje FOMO a musí mít nové technologie. Pomocí srovnání se zastaralými metodami péče o zuby jí ukážeme, že manuální kartáček je dnes již zastaralá technologie a je na čase upgradovat na novější.



Nápad a stratégia

Spark

Key message

„Nenech své zuby v minulosti!“

Hlavní message kampaně pro Generaci Z je, aby držela krok s moderní dobou zakoupením elektrického kartáčku Philips Sonicare.

Spark

Koncept

Všechno se posouvá dopředu. Věci, které byly vymoženostmi před pár desítkami let, jsou dnes už považované za starožitnosti. Doba se posouvá a my se musíme posouvat s ní. CS má ráda technologie a modernizaci nástrojů. Přesvědčíme ji tedy, že technologie, kterou používají k čištění zubů, je zastaralá a je na čase upgradovat na novější verzi.

USP konceptu

Nesnažíme se CS prodávat pouze tvrdá fakta, probouzíme v ní myšlenku, že manuální kartáček je zastaralý a patří do koše.

Strategie



See

offline a online komunikace, aby si nás CS všimla



Think

slogan „Nenech své zuby v minulosti!“ a informace o produktu donutí se zamyslet



Do

online: proklik
offline: QR kód na web, ať může CS nakoupit



Care

při nákupu kartáčku
15 % sleva na extra hlavici, abychom udrželi zákazníky

Spark



Kreativní řešení

Spark



Bělejší zuby



Méně kazů
a plaku



Příjemnější dech



**Nenech
své zuby
v minulosti.**

*„Ještěže už zubaři
upgradovali své
vybavení...“*



Komunikační kanály



Offline

bannery a plakáty
na zastávkách MHD



Online

YouTube reklamy
sociální sítě (IG, TikTok)

Offline



„Ještěže už zubaři
upgradovali své
vybavení...“



**Nenech
své zuby
v minulosti.**

- Bělejší zuby 
- Méně kazů
a plaku 
- Příjemnější dech 



5 *oldschool* zubařských nástrojů,
které jsou doslova *děsivé*.



**Nenech
své zuby
v minulosti.**

- Bělejší zuby 
- Méně kazů
a plaku 
- Příjemnější dech 

Spark

YouTube spot

Scénář (15 s)

Dan si jde čistit zuby. Vchází do koupelny, je ospalý.

Sahá po svém starém, roztřepeném manuálním kartáčku.

Jakmile se ho dotkne, v mysli se mu začnou objevovat obrazy starých nástrojů, které sloužily pro úpravu zubů.

Zděšeně kouká na kartáček v ruce.

Záběr, jak kartáček letí a následně přistává v koši.

Obraz je rozostřený a naskakuje grafika.

Fotka kartáčku Sonicare s voiceoverem: „Nenech své zuby v minulosti!“

Popis vlastností kartáčku.



Spark

Sociální sítě



Reels: YT spot natočený na výšku (popřípadě zkrácený, upravená grafika)

Posty: vycházejí z grafiky plakátů, lze udělat sérii postů na stejné téma

Proklik na webové stránky k hero produktu

Propagace 15% slevy na náhradní hlavice

Časový plán

start kampaně: duben 2024



Youtube video spot



CityLights



Instagram, TikTok

Odhadovaný rozpočet

Video spot – natáčení + YouTube propagace	300 000 Kč
CityLights	500 000 Kč
Sociální sítě (Instagram, TikTok)	150 000 Kč
Agentura Spark	70 000 Kč
Celkem	1 020 000 Kč


Spark

A tím kampaň nekončí

Úspěšnost ověříme průběžným testováním mezi CS (pomocí rozhovorů a dotazníků).

Zjistíme u CS nejen jak vnímá el. kartáčky obecně, ale i povědomí o značce Philips Sonicare.

Provedeme analýzu trhu a porovnáme množství nákupů před a po kampani.



Pojďte s námi do toho,
nenechávejte své kampaně v minulosti.

Spark

Nenech své zuby v minulosti.



PHILIPS QR

„Ještěže už zubaři upgradovali své vybavení...“

Nenech své zuby v minulosti.

- Belejší zuby 
- Méně kazů a plaku 
- Příjemnější dech 



PHILIPS QR

5 oldschool zubařských nástrojů, které jsou doslova děšivé.

Nenech své zuby v minulosti.

- Belejší zuby 
- Méně kazů a plaku 
- Příjemnější dech 



Spark

Spark



Jsme agentura, která s vámi komunikuje.

Jsme Vaší jiskrou.

 @agentura_spark
agenturaspark@gmail.com

