



# Leitmotiv CZC.cz

JAK USPĚT NA TRHU, KDE JE TĚŽKÉ MÍT KONK. VÝHODU

Martin Zdražil  
**Brain One**

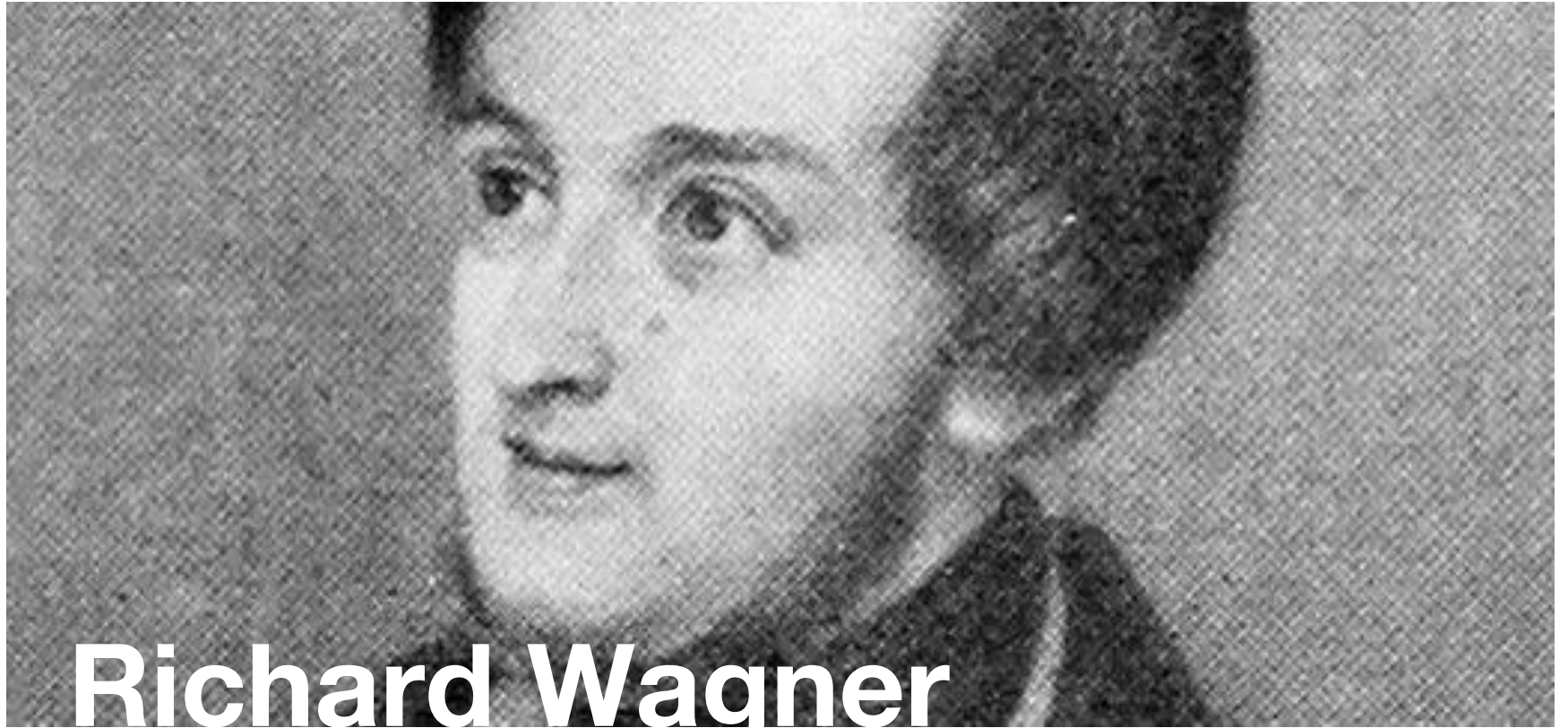


Milan Duda  
**CZC.CZ**



# Leitmotiv





# Richard Wagner



Leitmotiv



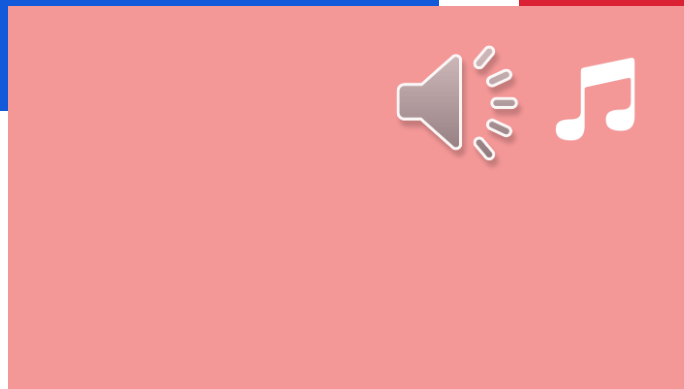
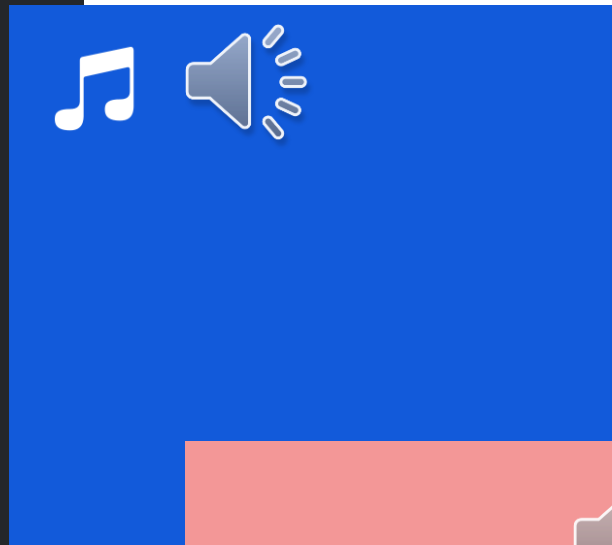
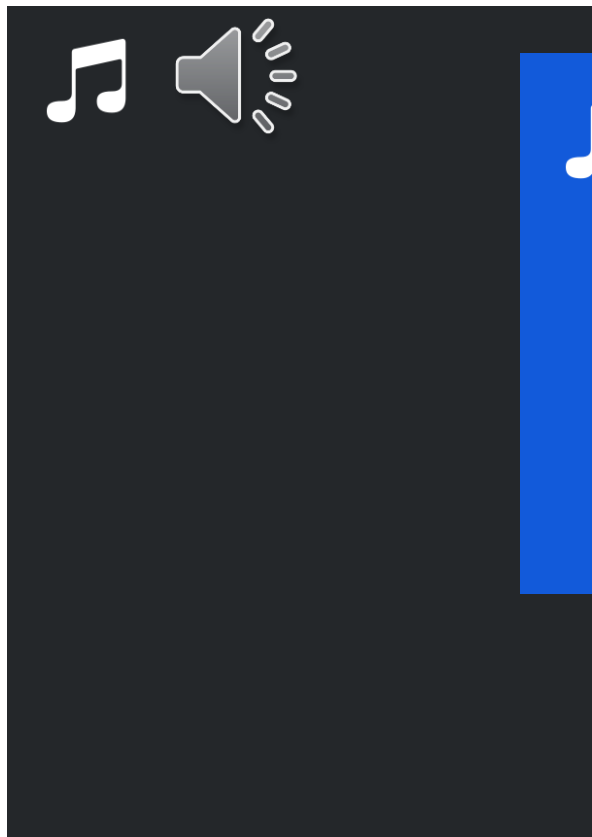
# Návaznost Rozpoznatelnost Pochopení

## DŮLEŽITOST LEITMOTIVU

Richard Wagner leitmotiv využíval proto, aby měl děj opery návaznost. Aby budoval rozpoznatelnost jednotlivých postav. A tím zrychloval pochopení děje i divákovi v poslední řadě.

**Opakující se melodie  
spojená s osobou,  
místem, či ideou.**

WAGNEROVA DEFINICE LEITMOTIVU



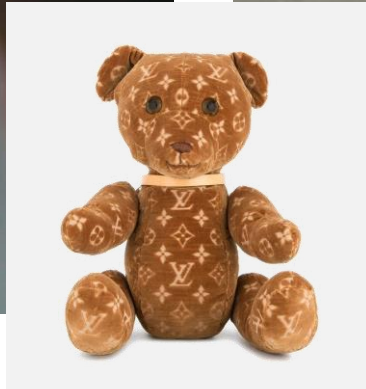
Leitmotiv





Leitmotiv

Brain One



**Opakující se element,  
který značce zvyšuje  
rozpoznatelnost.**

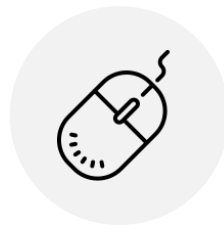
MARKETINGOVÁ DEFINICE LEITMOTIVU



# Situaace



# CZC.CZ



# Jak uspět na trhu, kde těžko můžete být produktem nejlepší?

ÚKOL VAŠÍ AGENTURY

Vytvořit  
emoční  
vazbu

NAŠE CESTA

Brain One

ESENCE CZC.CZ

# Jsme přátelský expert na elektroniku



# Milují elektroniku Rádi pomáhají Pokora a respekt

## KLÍČ. KOMPETENCE = AUTENTICITA

Klíčová kompetence je něco, co prostě děláte fakt skvěle. A je šumák, že to není napříč světem unikátní. Klíčová kompetence je vaše autenticita.



Maskoti online prodejců elektroniky, 2014

LEITMOTIV CZC.CZ

# Zaměstnanci naším leitmotivem





# Vývoj značky



FÁZE 1

# Přátelští geekové

V této fázi jsme si dělali srandu sami ze sebe. Chtěli jsme dokázat, že nejsme skvělí herci, ale že zákazníkům a elektronice rozumíme.





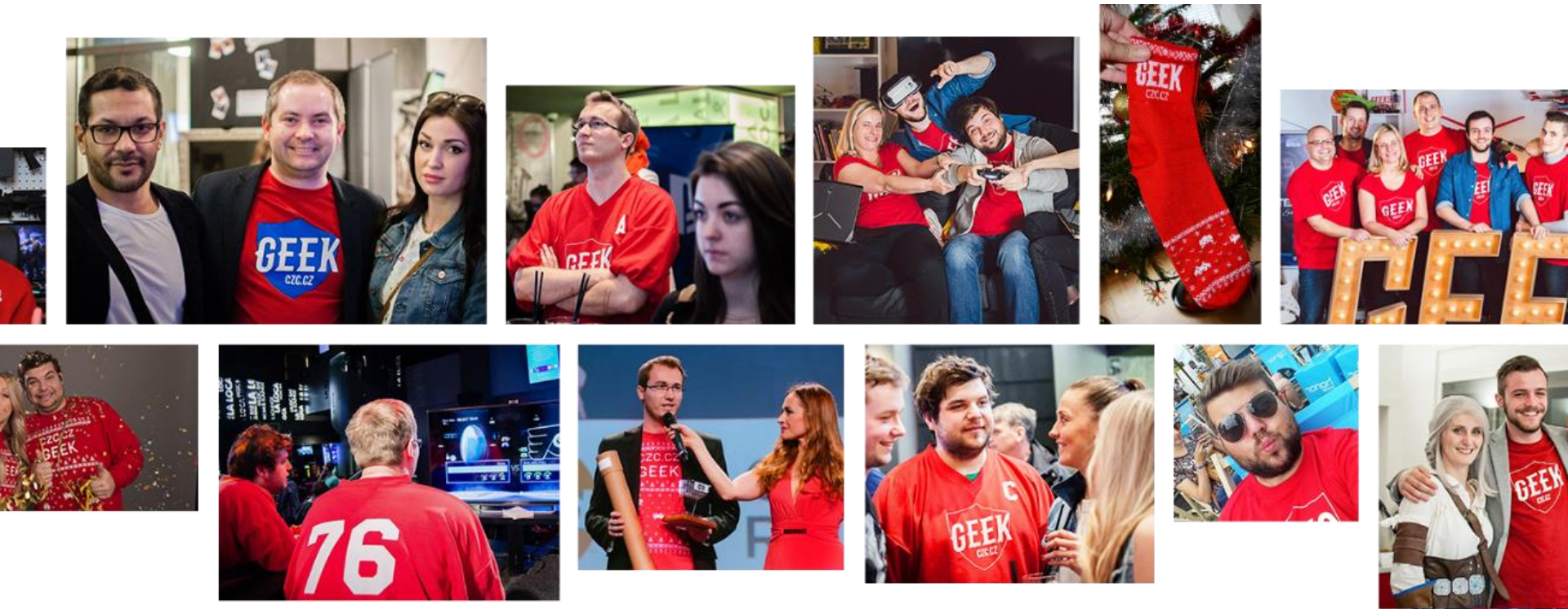
Nefungovalo to,  
když jsme nebyli  
v naší roli.

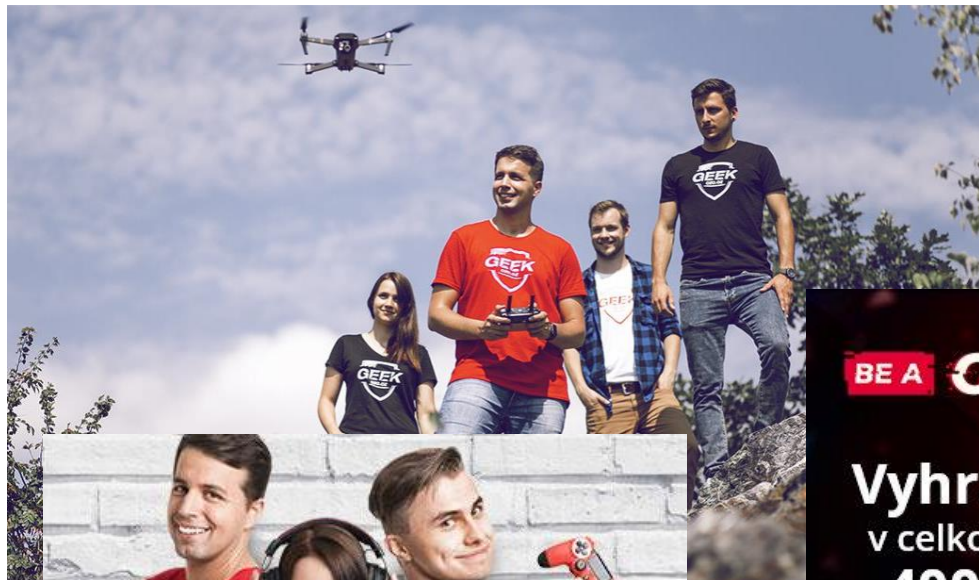


FÁZE 2

# Fanatická implement.

V určitý moment se leitmotiv vymknul kontrole.  
Zaměstnanci se s ním szili. My usměřovali implementaci.





BE A **GAMER**

Vyhraj 1 z 50 cen  
v celkové hodnotě  
**400 000 Kč**

Stačí koupit jakýkoliv herní produkt

Vybrat herní produkt



FÁZE 3

# Vyčerpání rytmotivitu

Po určité chvíli jsme ale cítili, že zaměstnanci v reklamě dosáhli svého limitu a je třeba náš koncept osvěžit.

Dvojka na trhu  
s elektronikou.  
Která se musí snažit  
2x více.



***Hertz***

***AVIS***®

*Coca-Cola*





# 273 000

Zásah příspěvku

Hrdé dvojky



CZC.CZ

22. červen 2017 · 🌐



Náš zelený soused Alza.cz prodá co pár minut jednu Teslu. Gratulujeme! S takovou tu bude brzy jezdit víc Tesel než Škodovek. Co na to ŠKODA Česká republika? 😊

#2AutaNaSkladě40Prodaných #TakUrčitě



Před 16 min.  
objednal zákazník,  
Praha 9 - H.  
Počernice  
(AlzaDrive)



Před 51 min.  
objednala firma,  
Praha



Před 57 min.  
objednala firma,  
Praha 7 -  
Holešovice



Před 1 hodinou  
objednal Jan,  
Brno 35



Před 1 hodinou  
objednal zákazník,  
Úžice (Areál  
Prologis)



TAK URČITĚ



UŽ MÁM DOMA



KUPUJU I MÁMĚ

👍👎❤️ 3 tis.

179 komentářů 202 sdílení

# Positivní

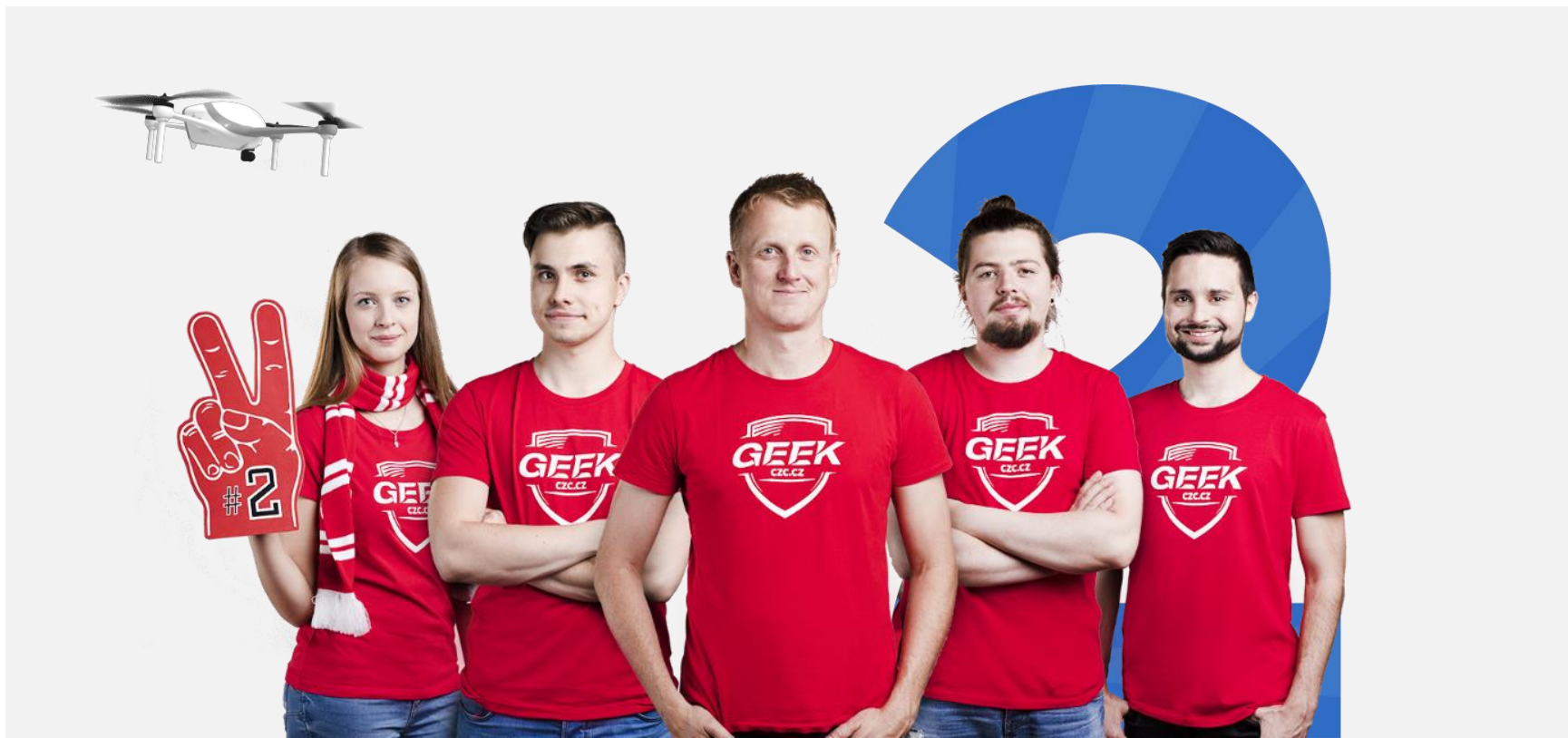
Sentiment diskuse

Brain One

FÁZE 4

# Hrdé dvojky

Rozhodli jsme se tedy naše zaměstnance doplnit o nový opakující se příběh v našich reklamách. A fungovalo to.



Hrdé dvojky



Hrdé dvojky



Tomáš Sýkora před 2 měsíci

Výborná práce, dlouho jsem neviděl takhle dobře odvedenou práci. Až budete hodnotit KPI, tak moje dnešní objednávka je v CZC jen díky této reklamě :-)



ODPOVĚDĚT





Kejdovec před 4 týdny

Zatím jediná reklama, kterou jsem byl ochoten rozkliknout a napsat k ní komentář :) Tomuhle se říká dobrá reklama.



81



ODPOVĚDĚT

Císt dále



22



ODPOVĚDĚT



CZC.CZ

7. září v 16:16 · 🌐

Ale nééé, co nám to děláte? 😬

Na tohle ještě nejsme připraveni. Pojdte a lajkněte naše kamarády z Alza.cz, ať se vrátíme zpět na naši silnou pozici dvojky 🍏

#ZaTohleJsmeKlíčemaNezvonili

## POČET FANOUŠKŮ NA FACEBOOKU

 150 677

 150 723



# 108 000

Zásah příspěvku

# 3 200

Reakcí na příspěvek

Hrdé dvojky

CZC.CZ

Malobchodní společnost

📩 Poslat zprávu

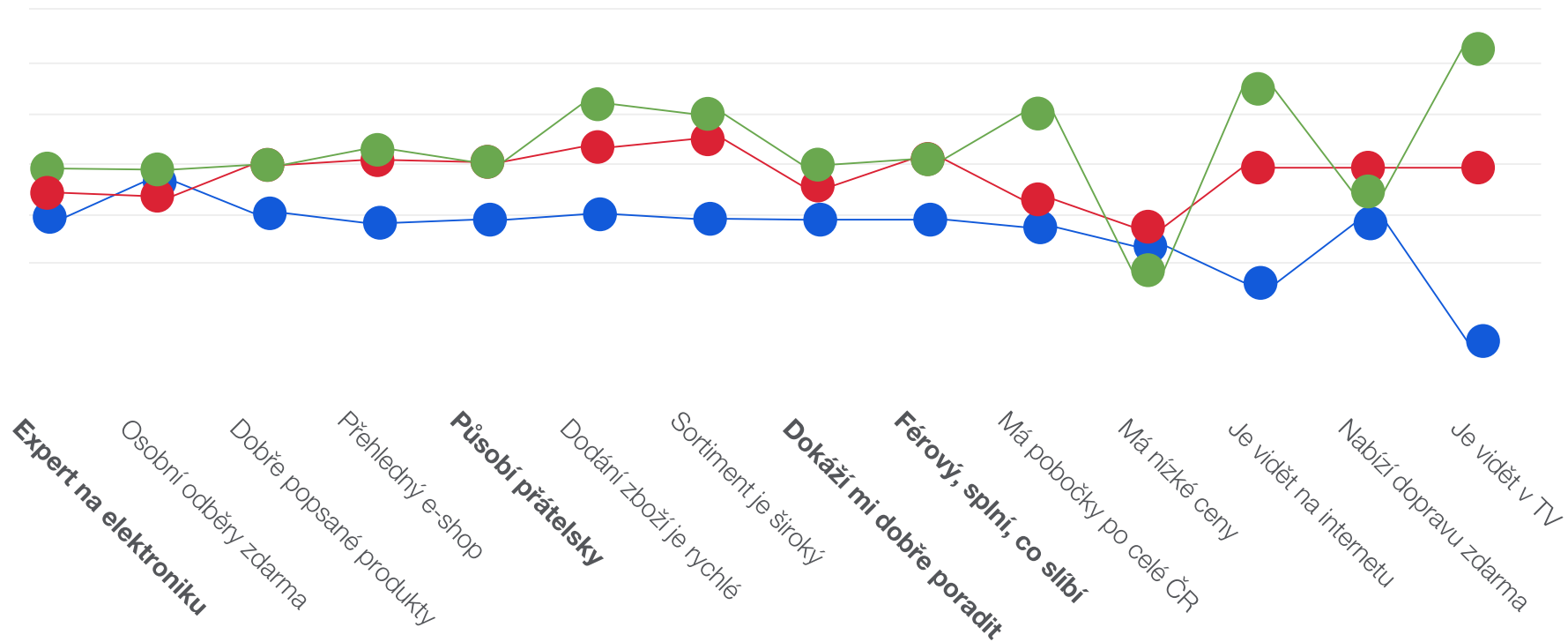
Br **an** One



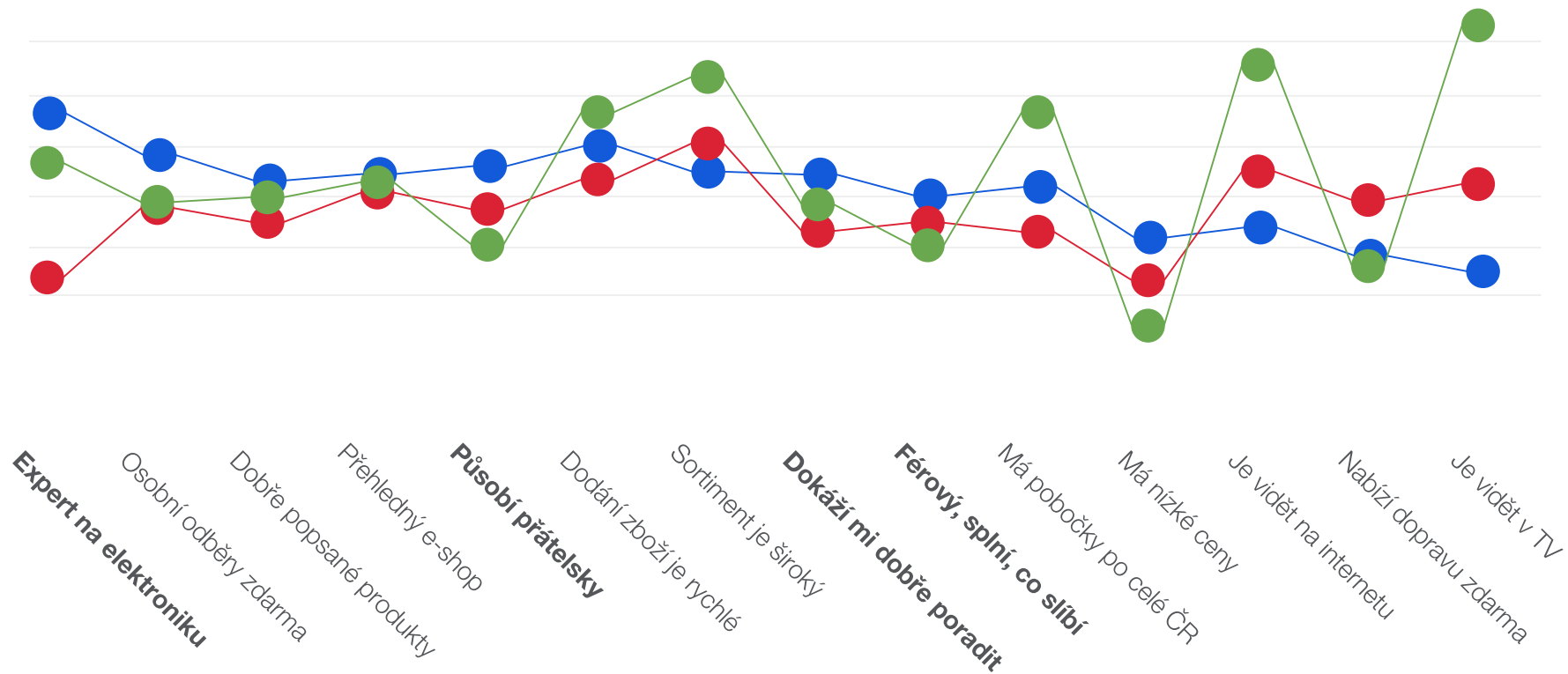
# Výsledky



● CZC.cz ● Mall.cz ● Alza.cz



● CZC.cz ● Mall.cz ● Alza.cz



2018, srovnání parametrů: CZC.CZ, Mall, Alza (zdroj: Median)

# Větší expert Přátelštější, férovější Lépe poradíme

## VYHODNOCENÍ

Díváme-li se dnes na stejné parametry, je CZC.cz v 8 ze 14 sledovaných parametrů lépe vnímané než Alza a Mall. Často jedná právě o parametry související s emočním vztahem ke značce.

**100 %**

Růst lidí, kteří si spontánně  
vybaví reklamy CZC.cz

**50 %**

Růst lidí, kteří si spontánně  
vybaví značku

**20 %**

Každoroční růst obratu

CO SI Z TOHO ODNĚST

**Lze uspět bez „USP”**  
**Sdílejte brand data**  
**Konzist. přináší ovoce**

Martin Zdražil  
**Brain One**



Milan Duda  
**CZC.CZ**





Děkujeme