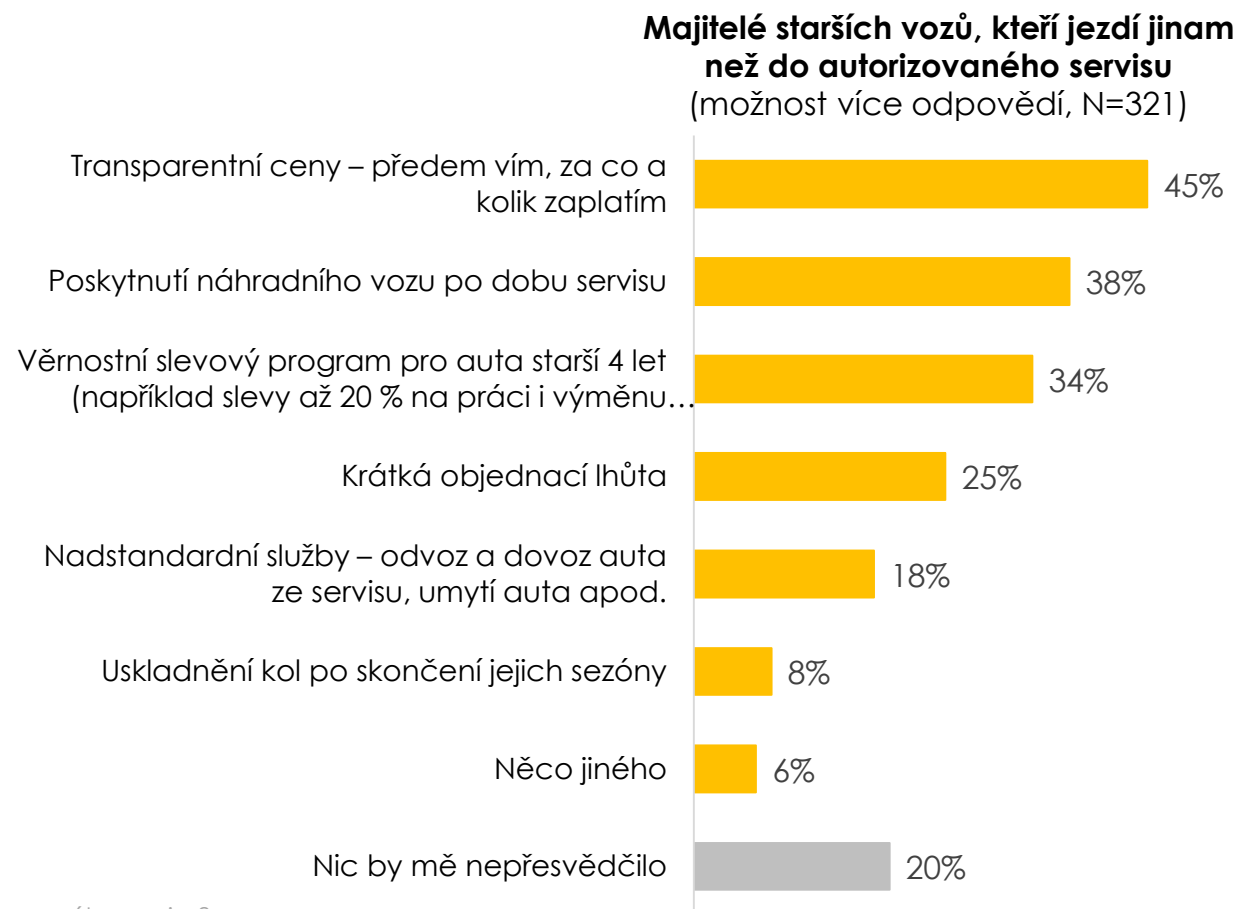


80% lidí by přesvědčil nějaký benefit autorizovaného servisu

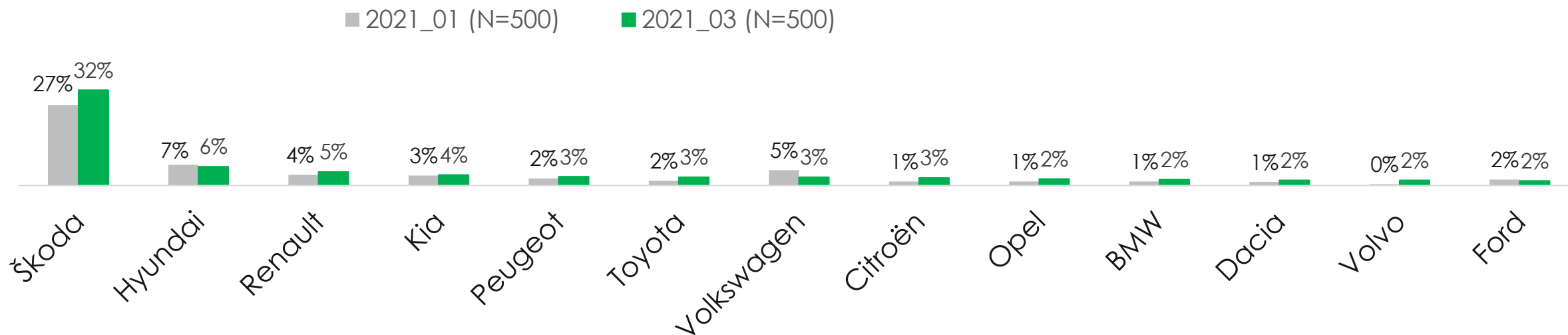
Tito lidé by se **nejvíce dali přesvědčit transparentními cenami a náhradním vozem po dobu servisu.**



Q. Které z uvedených benefitů by Vás přesvědčily dát své auto k servisní prohlídce do autorizovaného servisu?
(Možnost více odpovědí. Odpovídali ti, kteří jezdí na servis jinam než do autorizovaného servisu)

Spontánní povědomí o reklamách na servis (všichni)

Spontánní znalost reklamy ŠKODA se po kampani zvýšila z 27% na 32%.

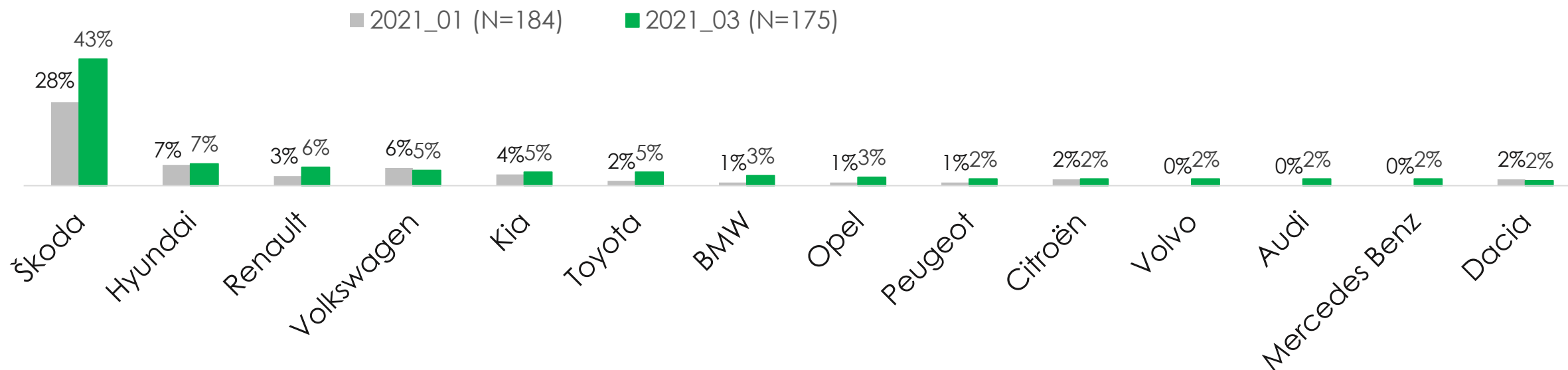


*zobrazeny reklamy, které spontánně jmenovala 2% nebo více respondentů

Q. Prosíme, zapíšte ty značky aut, od kterých jste v poslední době zaznamenal/a reklamu na jejich autorizovaný servis.(spontánně)

Spontánní povědomí o reklamách na servis (majitelé ŠKODA 4 roky+)

U majitelů starších vozů ŠKODA se výrazně navýšila spontánní znalost reklamy ŠKODA z 28% na 43%.



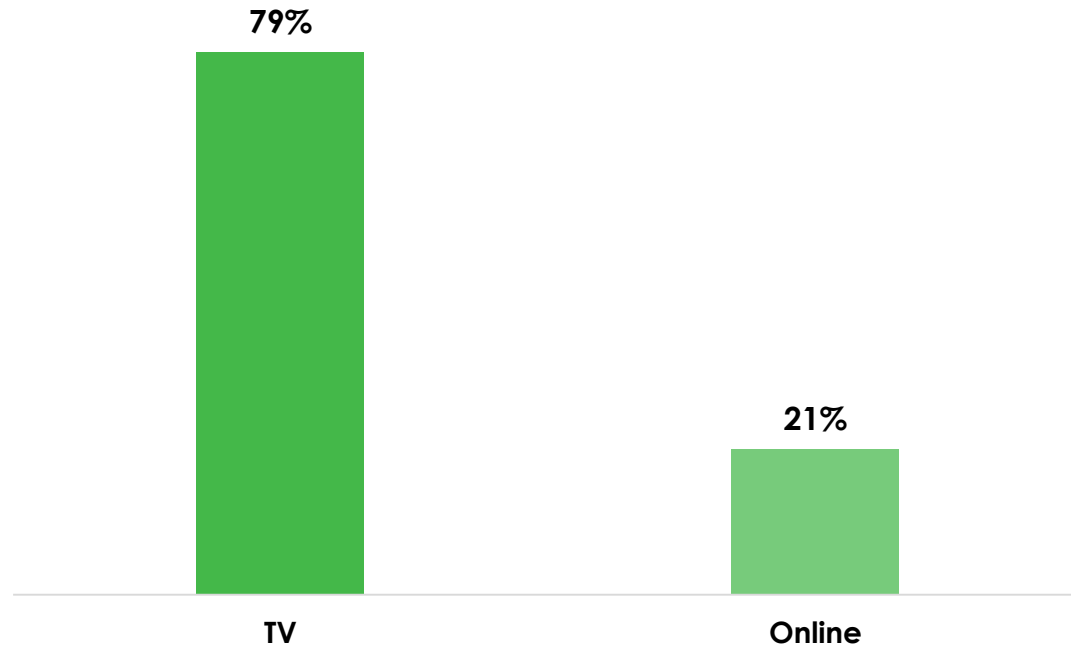
*zobrazeny reklamy, které spontánně jmenovala 2% nebo více respondentů

Q. Prosíme, zapíše ty značky aut, od kterých jste v poslední době zaznamenal/a reklamu na jejich autorizovaný servis.(spontánně)



Rozpočet kampaně (Media Net)

Celkový rozpočet **do konce února** byl zhruba **4 mil. Kč**.



Media Net v Kč	TV	Online
	3 076 696	827 163



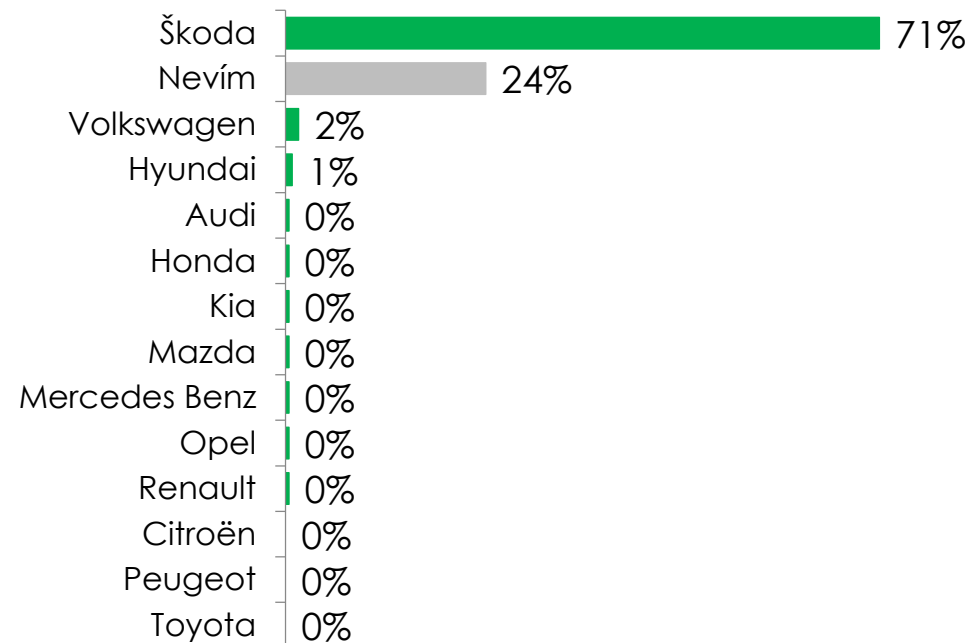
Debrandovanou reklamu zaznamenala polovina lidí a většina si ji spojila se ŠKODA

Zaznamenal/a jste v poslední době
tuto reklamu? (N=500)
Ukázka reklamy bez uvedení značky



51%

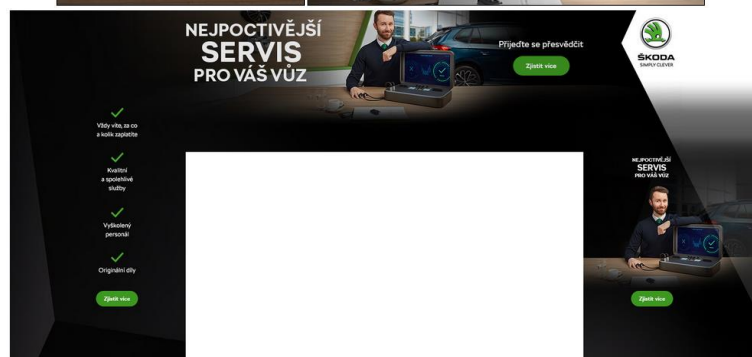
Na kterou značku tato reklama byla?
(s nápovědou značky, N=255)



Celkově kampaň zaznamenalo 57% lidí (Recall)

ONLINE
(bannery + branding)

32%



VIDEO
(30s + 10s sponzoring)

53%



Ukázka reklamy a puštění 2 video spotů

Zaznamenání kampaně je u obou media typů vysoké ve vztahu s vynaloženými investicemi.

Z hlediska cenové efektivity se jedná o velmi nadprůměrnou kampaň.

Reklamy velmi dobře předaly sdělení

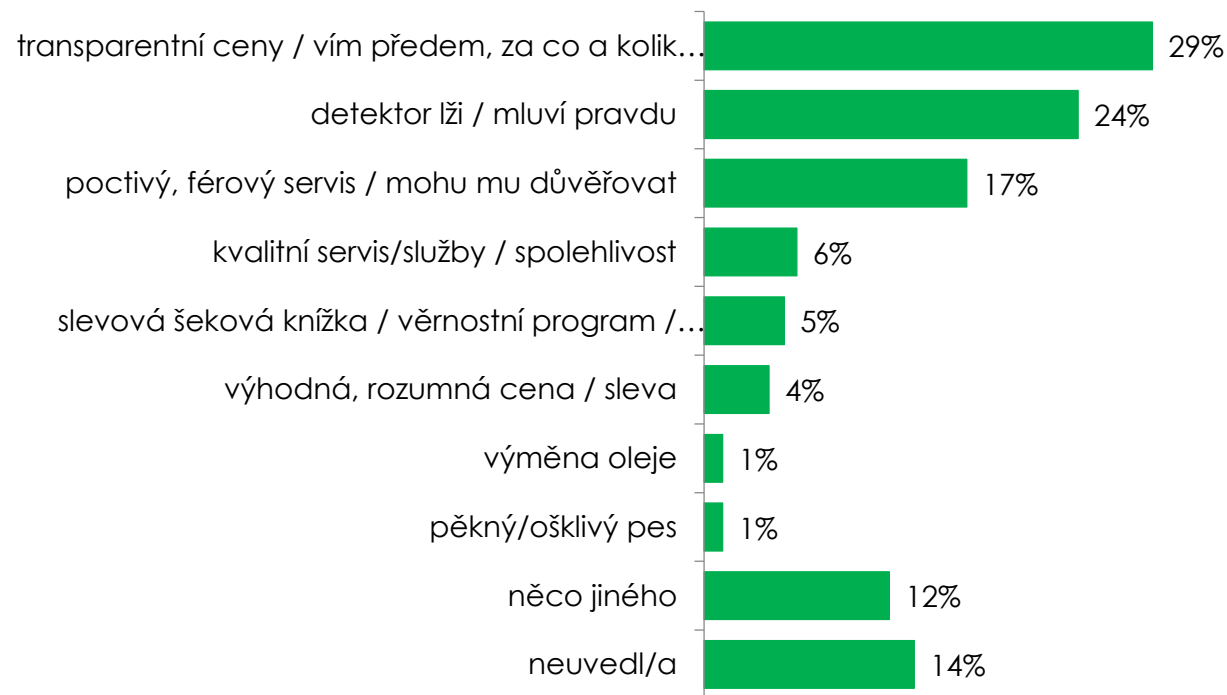
„**Transparentnost cen**, přesné rozdělení za co zaplatím. Upřímnost servisního technika. Neúčtování neprovedených prací nebo nepoužitého materiálu.“

„**Vždy říkají pravdu** (pokud se nejedná o psy), mají šekovou knížku se slevami.“

„**autoservisu Škoda mohu důvěřovat**, reklama v závěru pobavila“

„Nabídka autorizovaného servisu s možností **další slevy na služby díky šekové knížce**. Dále dané ceny služeb a použitého oleje.“

Co si lidé z reklam odnesli
(spontánně, N=500)



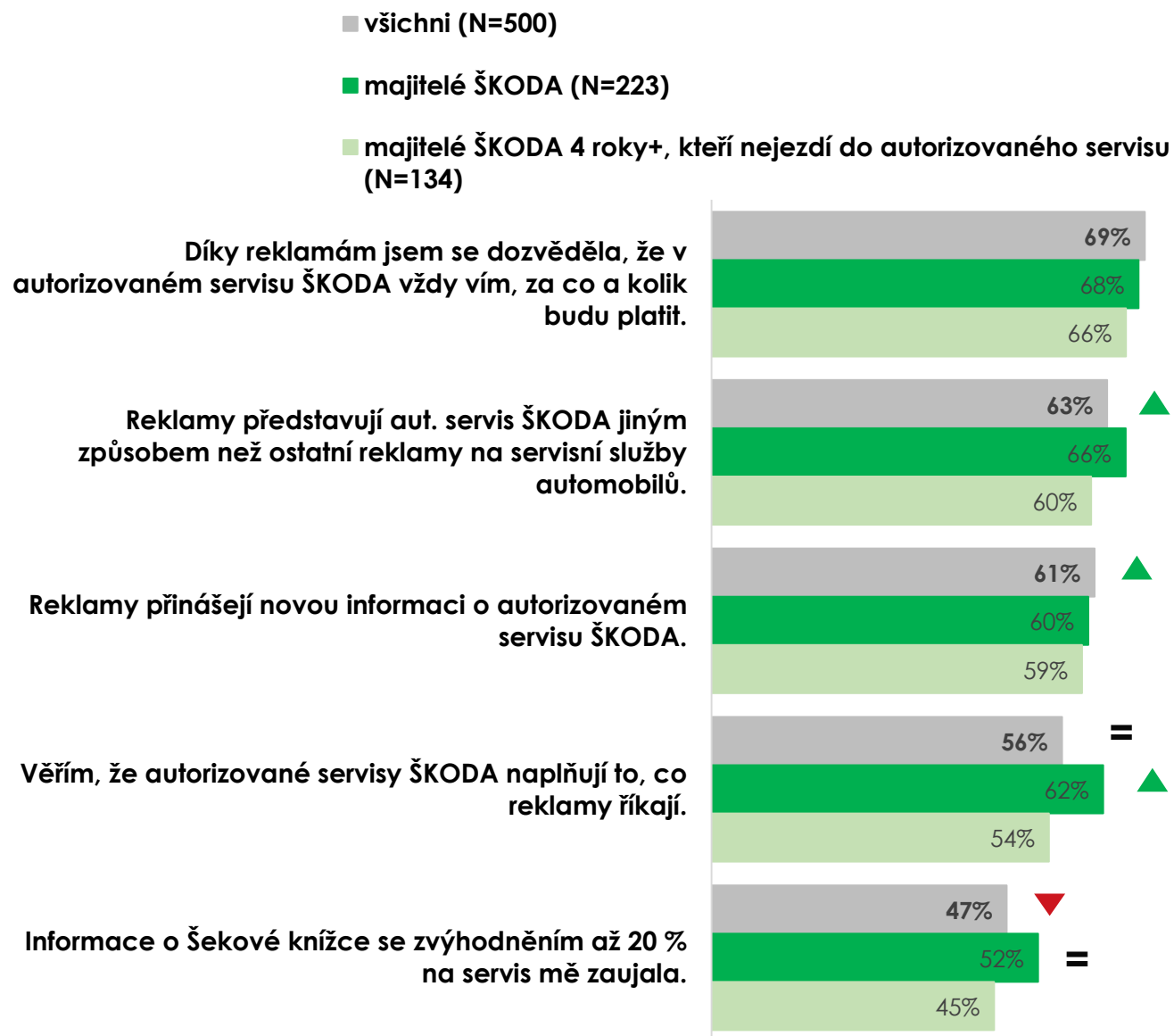
Sdělení kampaně

69% deklaruje, že díky kampani zjistili novou informaci o autorizovaném servisu ŠKODA.

Majitelé vozů ŠKODA sdělení důvěřuje nadprůměrně a častěji je zaujala informace o Šekové knížce.

Způsob představení služby lidé hodnotí jako odlišný od ostatních reklam.

Q. Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky o autorizovaném servisu Škoda Auto Service?



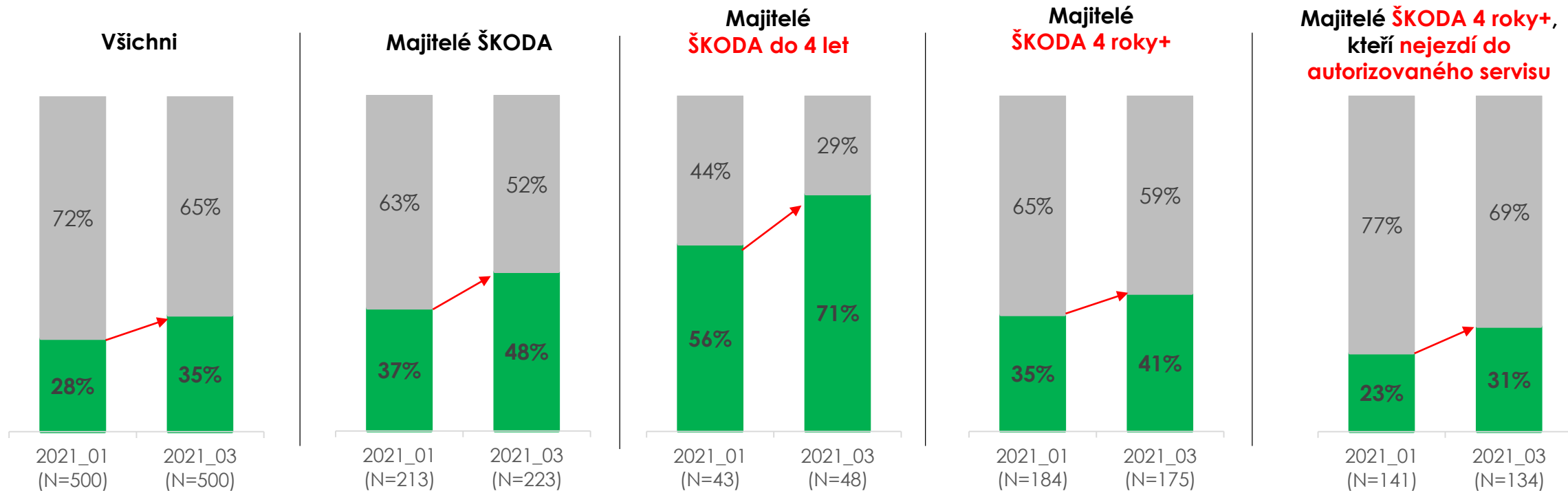
*u výroků jsou zobrazeny odpovědi rozhodně+spíše souhlasím

▲ ▼ = Nad / pod / průměrné vůči OMG Benchmark

Povědomí o transparentních cenách v servisech ŠKODA je po kampani vyšší

Víte, že u autorizovaného servisu Škoda se vždy dopředu dozvíte, za co a kolik zaplatíte?

■ Ne ■ Ano



(*POZOR - velmi malý vzorek respondentů)

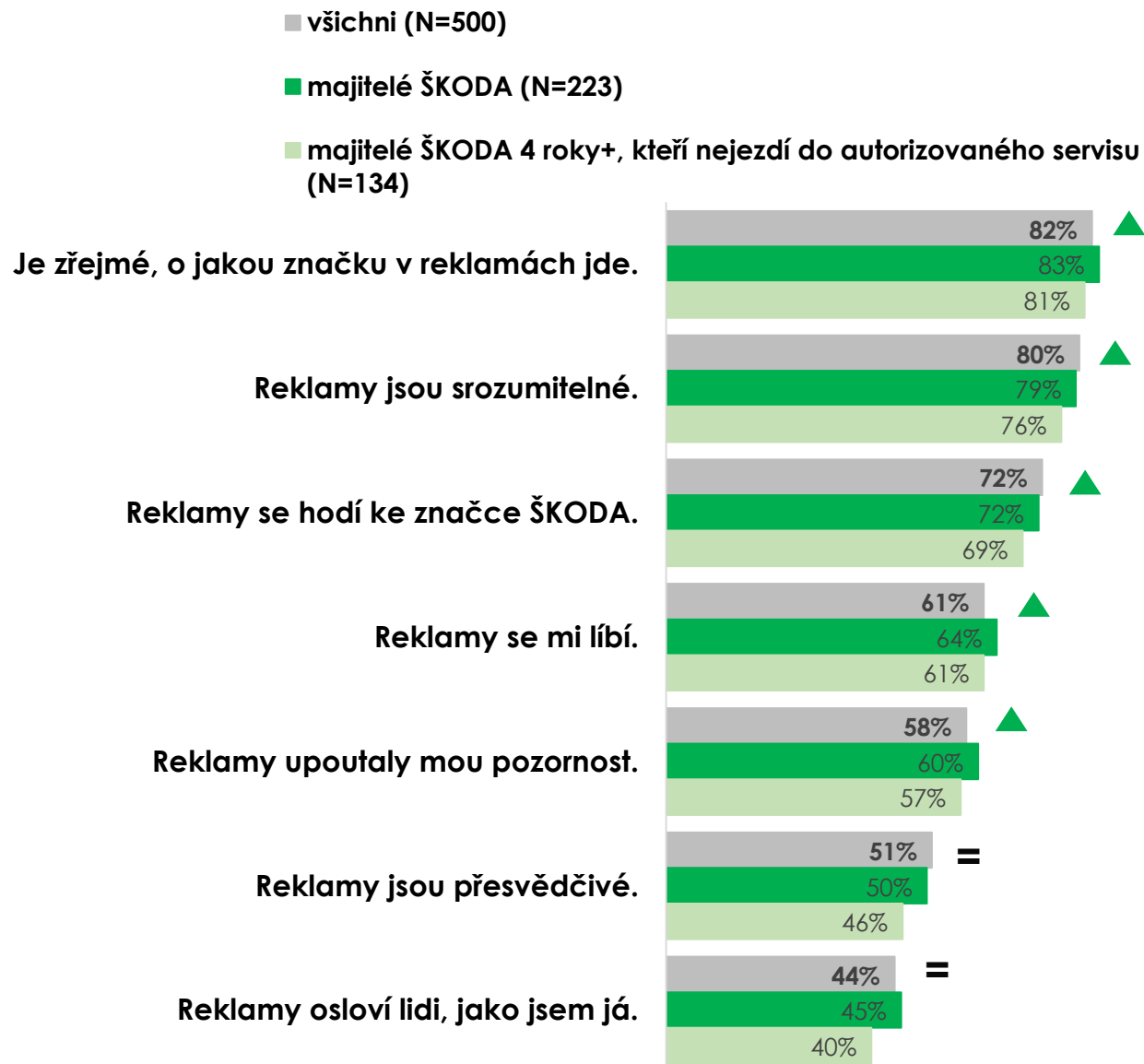
Hodnocení kreativ

Reklamy jsou **nadprůměrně** hodnoceny jako **srozumitelné** s jasným brandingem, které **zaujmu pozornost**.

Líbivost kreativ je také **nadprůměrná**.

Reklamy získaly téměř shodné hodnocení jak v celé cílové skupině, tak i u majitelů starších vozů ŠKODA, kteří nenavštěvují autorizovaný servis.

40% z nich bylo reklamou osloveno a hodnotí ji jako přesvědčivou.



Q. Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky o autorizovaném servisu Škoda Auto Service?

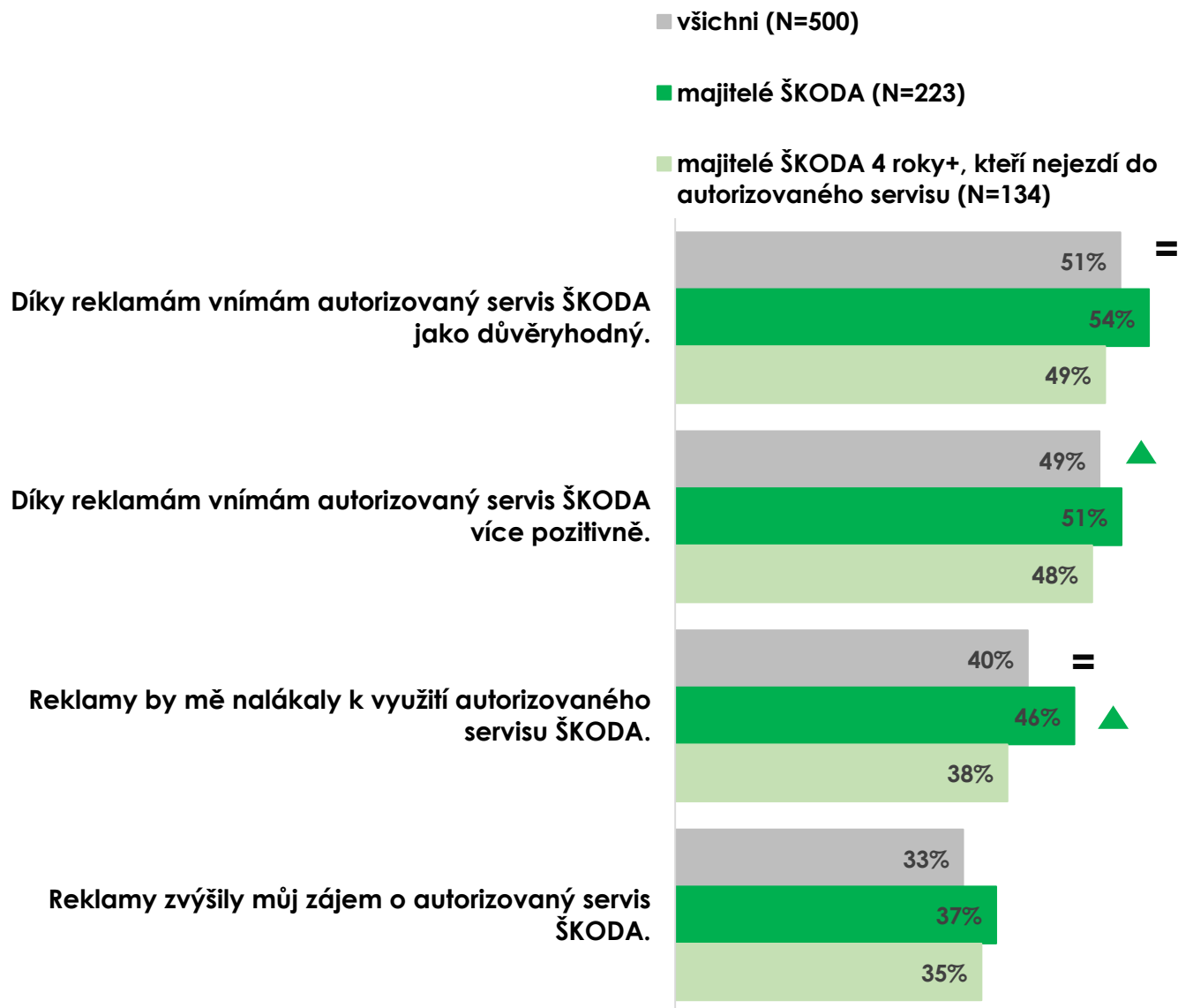
*u výroků jsou zobrazeny odpovědi rozhodně+spíše souhlasím

▲ ▼ = Nad / pod / průměrné vůči OMG Benchmark

Vliv na značku

Kampaň zlepšila vnímání značky v celé cílové skupině. Majitelé vozů ŠKODA by kampaň nalákala k využití servisu.

Zájem o využití autorizovaného servisu zvýšila u třetiny majitelů starších vozů ŠKODA.

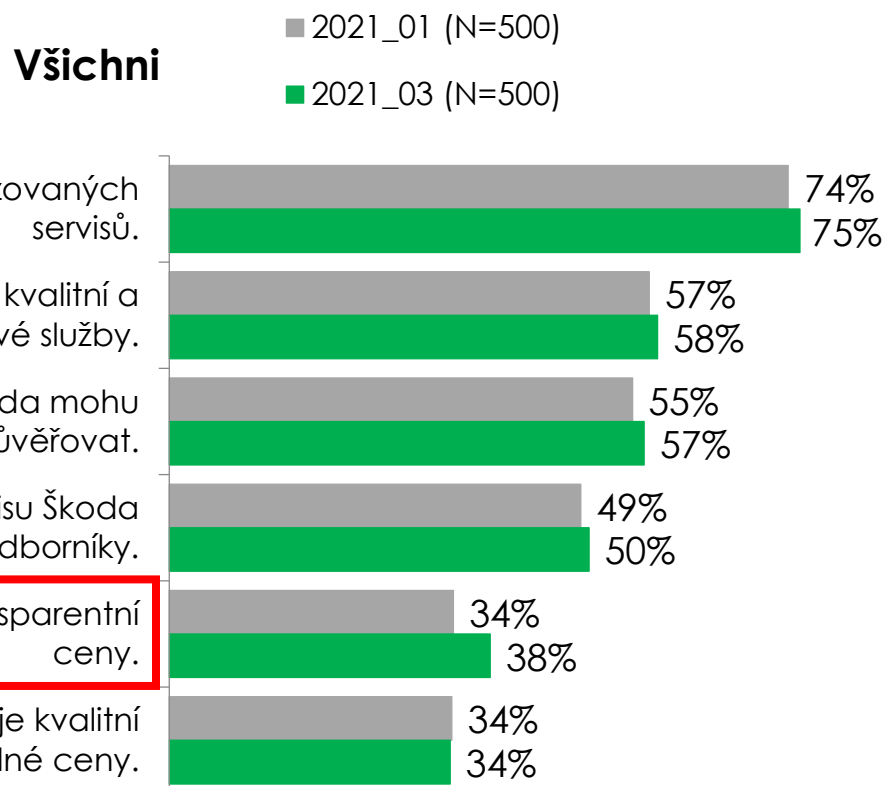


Q. Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky o autorizovaném servisu Škoda Auto Service?

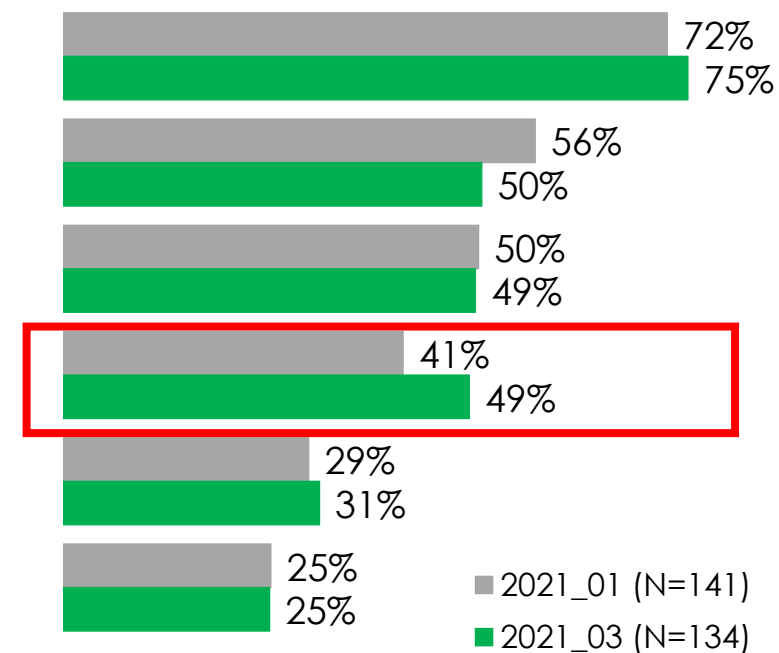
*u výroků jsou zobrazeny odpovědi rozhodně+spíše souhlasím

▲ ▼ = Nad / pod / průměrné vůči OMG Benchmark

Nyní si více lidí myslí, že ŠKODA servis má transparentní ceny



Majitelé ŠKODA 4 roky+, kteří **nejezdí do autorizovaného servisu**



*u výroků jsou zobrazeny odpovědi rozhodně+spíše souhlasím