

# Případová studie: Panasonic PetCare – Feeder

Be seen unit s.r.o.  
IČ: 17408628  
K Pasekám 2984/45  
760 01 Zlín

Zlín - Praha - Patrik Macháč (producer) - 00420 605 436 699 - [gonna@beseenunit.com](mailto:gonna@beseenunit.com) (CZ)

## PŘÍPADOVÁ STUDIE: PANASONIC PETCARE – FEEDER

### Nástin projektu

- a. úvod a kontext
- b. popis díla
- c. cíle projektu
- d. strategie a kreativní koncept
- e. realizace (Produkční proces)
- f. klíčové výzvy a řešení
- g. výsledky a dopad
- h. závěr a doporučení
- i. call to action

#### a. úvod a kontext

- Společnost Panasonic oslovila naši produkční společnost Be seen unit s cílem vytvořit poutavý reklamní spot pro jejich nový produkt – automatické krmítko pro domácí mazlíčky PetCare – Feeder.
- Cílem bylo představit produkt inovativním způsobem, zdůraznit jeho klíčové výhody (přesné dávkování krmiva, kontrola porcí, pohodlí pro majitele) a podpořit prodej na vybraných trzích Nového Zélandu.
- Trh s chovatelskými potřebami je vysoce konkurenční a vyžaduje originální a emocionálně silné sdělení, aby se produkt prosadil.

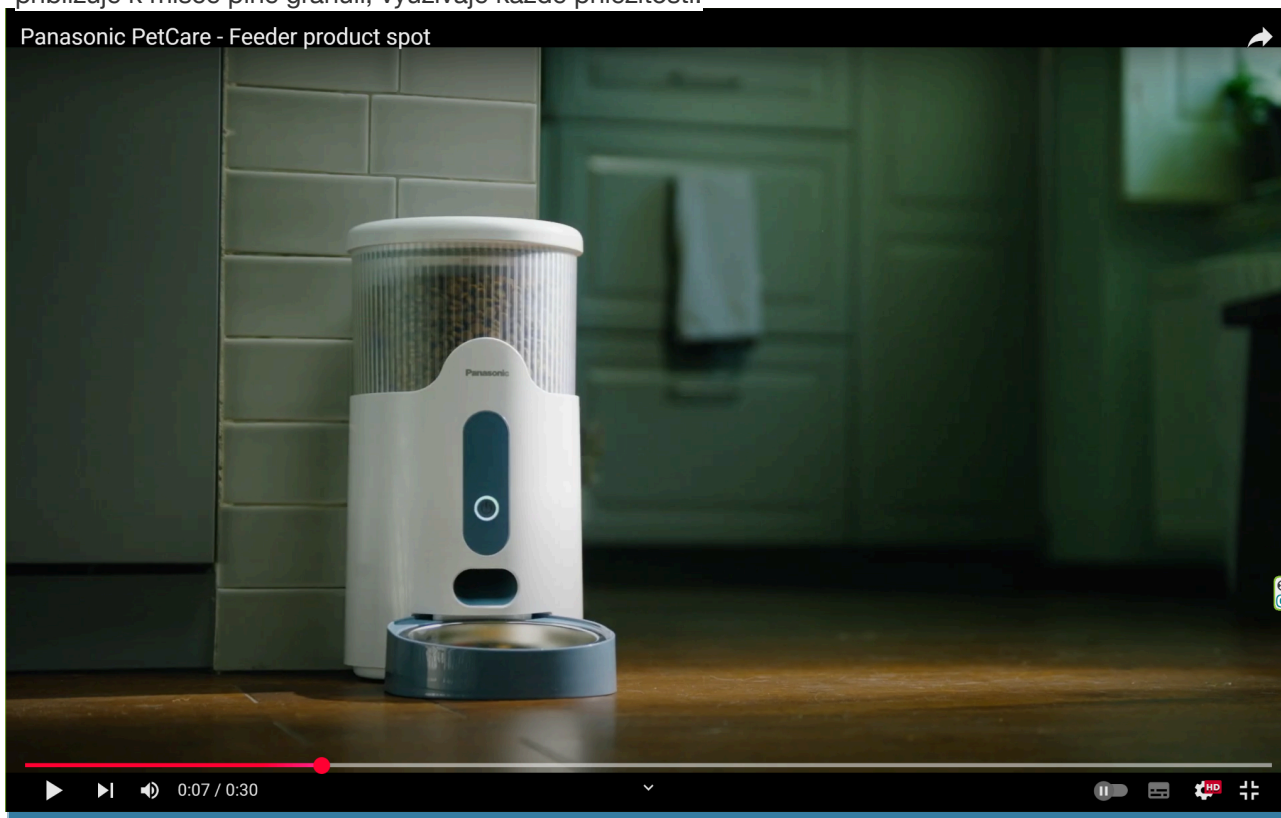
## b. popis díla

Název díla: Panasonic PetCare - Feeder

Typ díla: Reklamní spot na elektronický produkt pro zvířata

Stručný popis: Spot sleduje situace z běžného dne majitele a jeho mazlíčka, kde automatické krmítko Panasonic PetCare – Feeder hraje klíčovou roli v zajištění pravidelného a zdravého stravování. Produkt zdůrazňuje přesné dávkování krmiva, kontrolu porcí a pohodlí pro majitele. Své mazlíčky totiž může nakrmit i když je mimo domov. Spot kombinuje filmové zvířecí protagonisty a vizuálně atraktivní záběry s informativními prvky aby zdůraznil praktické výhody produktu.

Detailní popis: Spot zobrazuje situaci situace, kdy majitel díky automatickému krmítku PetCare – Feeder nemusí mít starosti s pravidelným krmením svého mazlíčka. Ať už je v práci, na cestách, nebo si jen chce užít volný čas bez starostí, krmítko zajistí, že jeho chlupatý společník dostane krmivo vždy včas a v přesné dávce. Spot se zaměřuje na klid a jistotu, kterou produkt majiteli přináší, a zároveň ukazuje radost a spokojenost zvířete z pravidelného přísunu potravy. Produkt je v průběhu spotu prezentován jako moderní, spolehlivý a uživatelsky přívětivý, s důrazem na přesné dávkování a kontrolu porcí. Zvládá různé průměry granulí a navíc je snadno omyvatelný v myčce. Spot končí pejskem, který se s nadšením a nenápadně přibližuje k misce plné granulí, využívaje každé příležitosti.



### c. cíle projektu

Primární cíl: Zvýšit povědomí o produktu Panasonic PetCare – Feeder a podpořit prodej na vybraných trzích o 15 % v prvním měsíci po spuštění kampaně.

Sekundární cíle:

- Vytvořit pozitivní vnímání značky Panasonic v segmentu chovatelských potřeb.
- Zvýšit návštěvnost webových stránek Panasonic v sekci PetCare o 25 % během prvních tří týdnů po zveřejnění spotu.
- Generovat interakci a sdílení na sociálních sítích.

### d. strategie a kreativní koncept:

Společně s marketingovou agenturou jsme vyvinuli koncept, který se zaměřil na základě briefu od Panasonicu jsme vyvinuli koncept, který se zaměřil na praktické výhody automatického krmítka a na úlevu, kterou přináší majitelům. Rozhodli jsme se ukázat, jak produkt usnadňuje každodenní péči o mazlíčky a přispívá k jejich zdravému stravování.

- Koncept zaměřen na emocionální spojení mezi majiteli a mazlíčky.
- Příběh o harmonickém soužití, kde fontána hraje důležitou roli.

Cílová skupina: Majitelé psů a koček, kteří hledají moderní a praktické řešení pro krmení svých mazlíčků, aktivní na sociálních sítích a zajímající se o technologické novinky.

Klíčové sdělení: Panasonic PetCare – Feeder – Pohodlí pro vás, zdravé stravování pro vašeho mazlíčka.

Účel: Přinést divákovi pozitivní emoce spojené s produktem, představit inovativní možnosti krmení domácích mazlíčků, ukázat snadnost používání a podpořit prodej.

## e. realizace (produkční proces)

Stručný popis realizace: Produkce spotu proběhla efektivně během jednoho natáčecího dne v pečlivě vybrané lokaci. Zajištěn byl kompletní servis od castingu až po postprodukcí.

Detailní popis realizace: Pro natáčení spotu byla vybrána vhodná lokace, která realisticky zobrazovala prostředí, kde se produkt běžně používá. Celý natáčecí proces byl naplánován s ohledem na maximální efektivitu. Produkční tým Be seen unit zajistil kompletní servis, který zahrnoval:

### Dramaturgie a scénář:

- Doladění scénáře s klientem a režisérem, příprava shooting boardu.

### Lokace:

- Vyhledání, obhlídka, pronájem a příprava lokace.

### Casting:

- Výběr vhodných herců a profesionálního zvířecího trenéra s jeho svěřenci.

### Kostýmy a masky:

- Návrh, výběr a zkoušky kostýmů pro herce, zajištění profesionálního maskéra pro líčení a úpravu účesů.

### Set design (výprava):

- Návrh a realizace scény, zajištění rekvizit a dekorací.

### Technické zajištění:

- Zajištění profesionální filmové techniky (kamery, objektivy, osvětlení, grip) a veškerého potřebného vybavení.

### Natáčení (Produkce):

- Koordinace celého natáčecího dne, včetně harmonogramu, komunikace s klientem a řešení případných nečekaných situací.
- Dohled nad dodržováním bezpečnosti na place.

### Postprodukce:

- Střih, color grading, mastering, 2D animace a zvuková postprodukce byly provedeny v profesionálních studiích pod dohledem zkušených odborníků.

Nasetováno:



## f. klíčové výzvy a řešení

Zrychlený preprodukční management: Díky efektivní komunikaci a jasnému time managementu se nám podařilo zkrátit preprodukční fázi bez negativního dopadu na kvalitu.

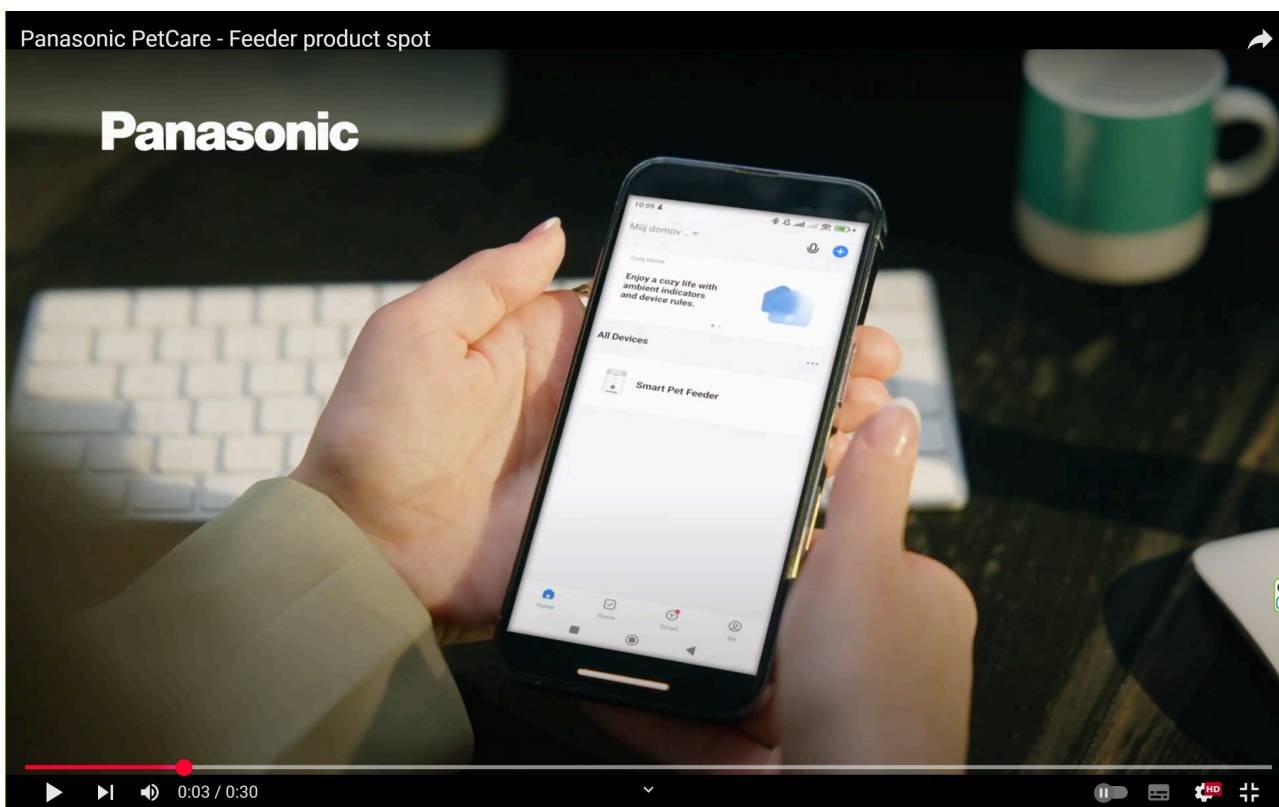
Animace produktu: Zkušenosti našich animátorů zajistily realistické a atraktivní ztvárnění produktu. Díky výborné práci postprodukčního týmu se podařilo z obrazu s myčkou odstranit nežádoucí část feederu,

který byl v pohybu. Zároveň se tak musel eliminovat i odraz na povrchu myčky. Příčinou vzniklého problému byl komunikační šum ze strany klienta.

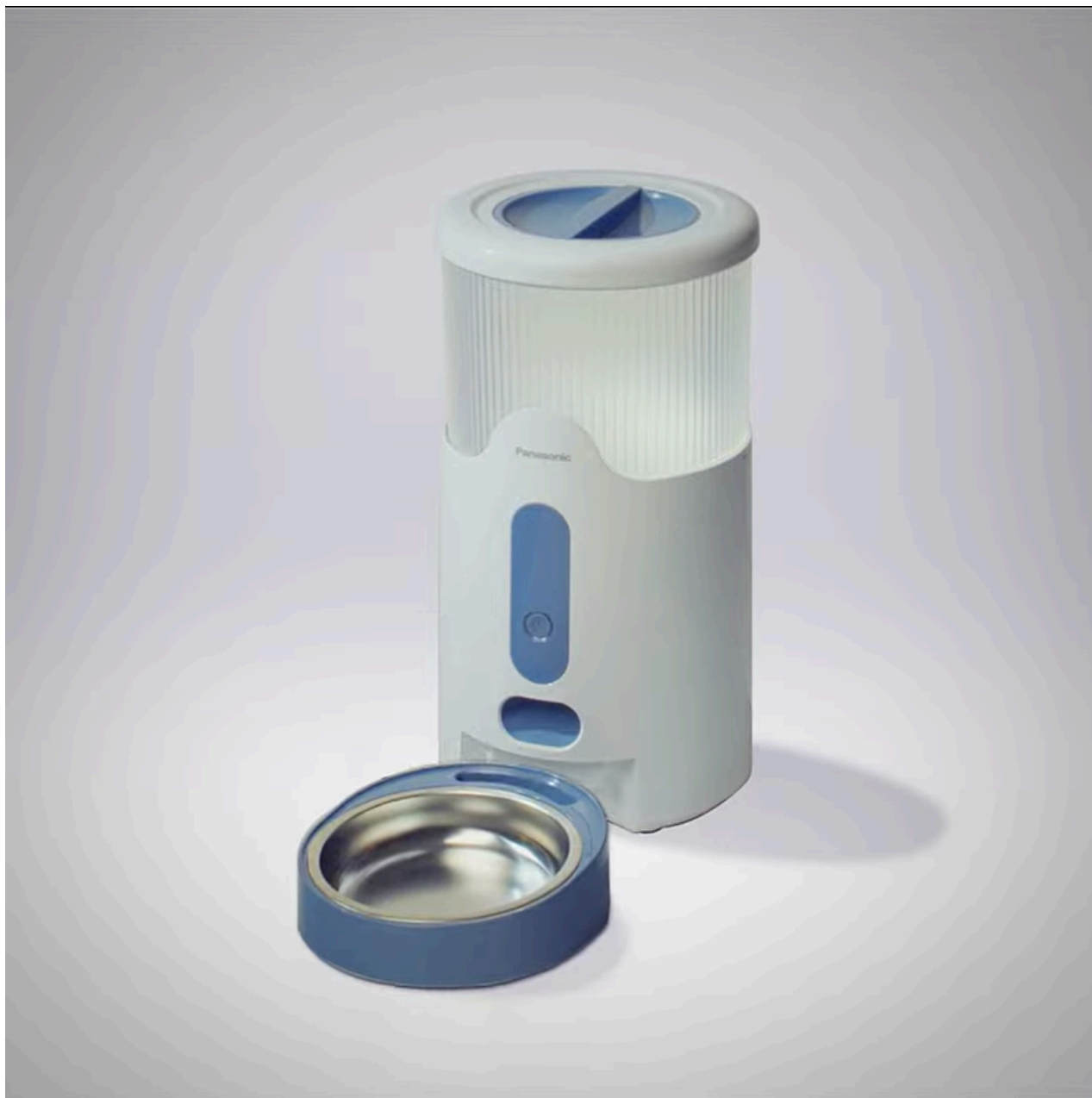
Práce se zvířaty: Zkušená trenérka filmových zvířat a pečlivý casting zajistili efektivní natáčení.

Natáčení dvou spotů za jeden den: Důkladný plán natáčení a flexibilita týmu umožnily úspěšné dokončení obou spotů v daném termínu.

Animace produktu:



Animace produktu:



## g. výsledky a dopad

→ Kampaň dosáhla vynikajících výsledků a překonala stanovené cíle:

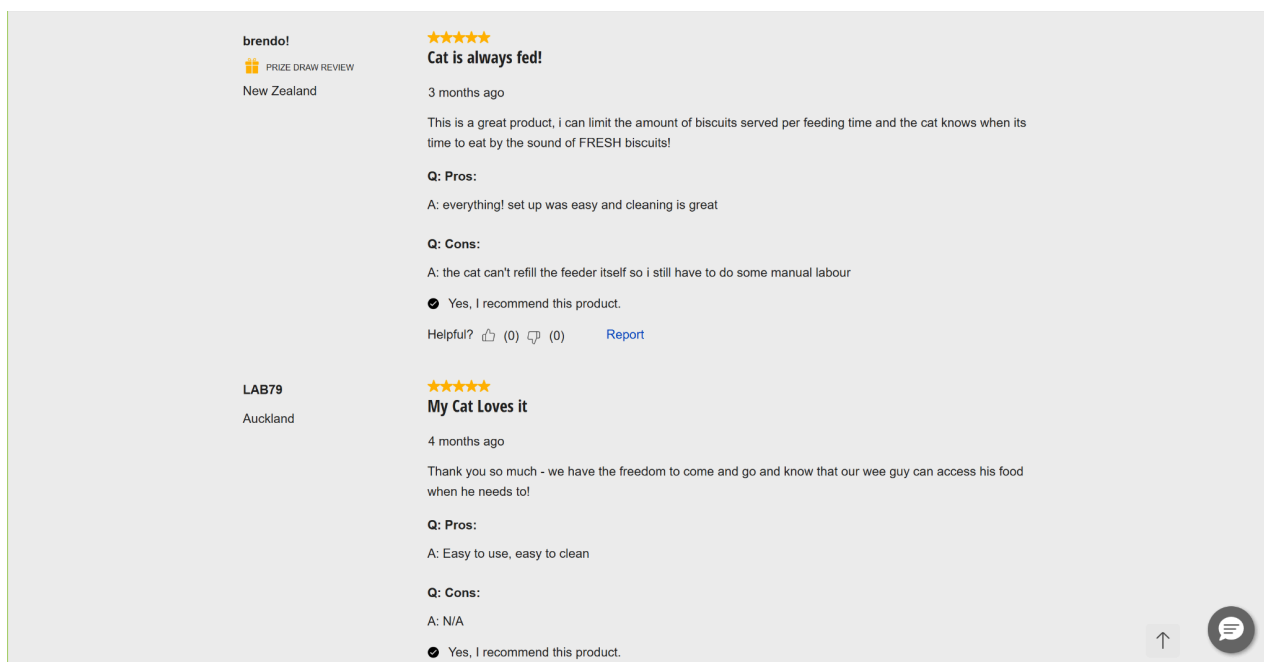
Návštěvnost webu: Během prvních tří týdnů po spuštění kampaně zaznamenala sekce PetCare na webu Panasonic nárůst návštěvnosti o 40 % (z 5 000 na 7 000 návštěv týdně).

Prodej: Prodej feederu na Novém Zélandu vzrostl v prvním měsíci o 22 % (z 250 prodaných kusů na 305).

Sociální sítě: Spot dosáhl organického dosahu 14 000 uživatelů na Facebooku a Instagramu a vygeneroval 500 sdílení, 350 komentářů a 2000 lajků. Nejčastějšími komentáři byly pozitivní reakce na design produktu a emocionální vyznění spotu díky kvalitnímu castingu.

→ Agentura zaznamenala pozitivní ohlasy od zákazníků, kteří oceňovali především srozumitelné sdělení spotu a jeho emocionální dopad.

Příklad recenze:



The screenshot displays two product reviews. The first review is from user 'brendo1' in New Zealand, dated 3 months ago, with a 5-star rating and the title 'Cat is always fed!'. The review text states: 'This is a great product, i can limit the amount of biscuits served per feeding time and the cat knows when its time to eat by the sound of FRESH biscuits!'. It includes a 'Q: Pros:' section with the answer 'A: everything! set up was easy and cleaning is great' and a 'Q: Cons:' section with the answer 'A: the cat can't refill the feeder itself so i still have to do some manual labour'. The user has recommended the product and the review is marked as helpful.

The second review is from user 'LAB79' in Auckland, dated 4 months ago, with a 5-star rating and the title 'My Cat Loves it'. The review text states: 'Thank you so much - we have the freedom to come and go and know that our wee guy can access his food when he needs to!'. It includes a 'Q: Pros:' section with the answer 'A: Easy to use, easy to clean' and a 'Q: Cons:' section with the answer 'A: N/A'. The user has recommended the product.

## h. Závěr a doporučení

- Kampaň byla úspěšná díky kombinaci silného konceptu, profesionální produkce a efektivní distribuce.

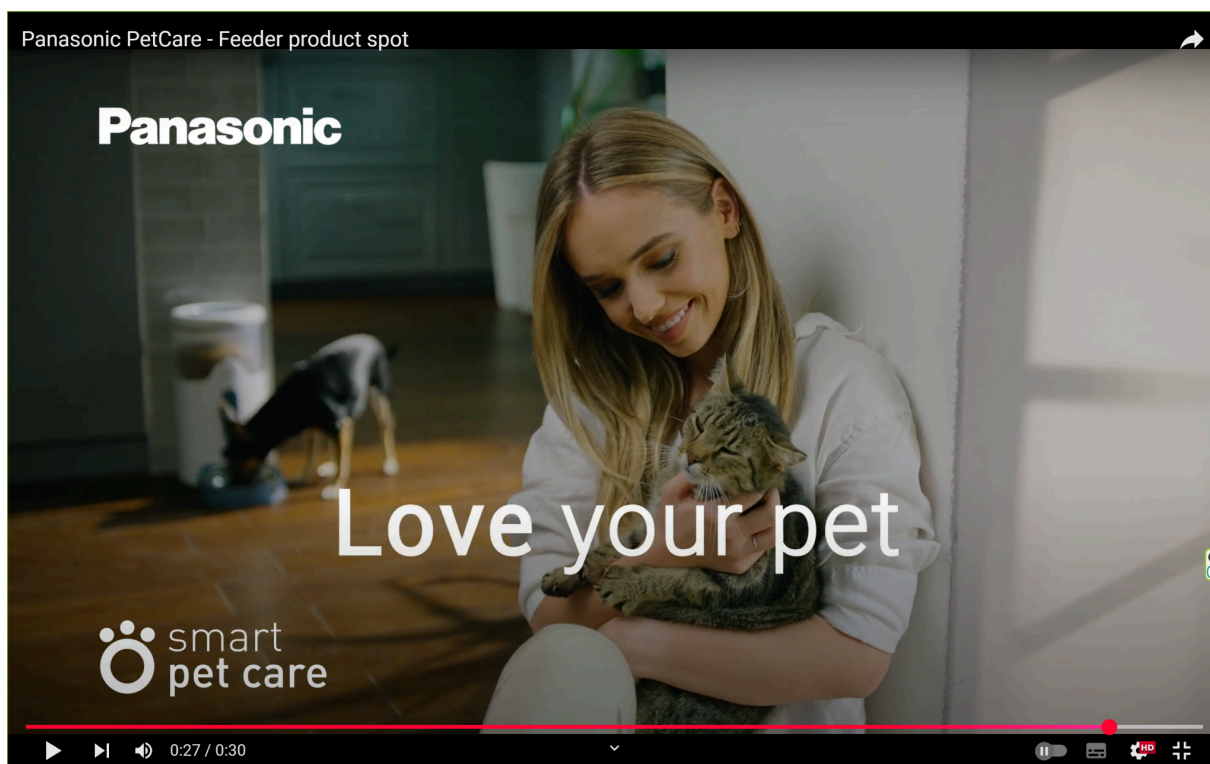
### Co se povedlo:

- V postprodukcii jsme dosáhli skvělých výsledků jak po vizuální, tak po zvukové stránce, čímž se nám podařilo efektivně komunikovat zamýšlené emoce a sdělení.
- Plánování a koordinace týmu probíhaly velmi efektivně, což nám umožnilo pružně reagovat na případné komplikace.

### Co by šlo zlepšit:

- Pro budoucí projekty doporučujeme vyhradit více času na preprodukcii, což by umožnilo detailnější rozpracování scénáře a minimalizovalo by rizika spojená s natáčením se zvířaty a s produkcí více spotů v jednom dni. Dodatečný natáčecí den by přispěl k vyšší kvalitě a pohodě celého týmu.

### Závěrečný packshot:



## i. Call to action: Vytvořte s námi úspěšnou videokampaň

- Zajímá Vás, jak by mohl vypadat Váš vlastní video obsah? Kontaktujte nás a my Vám rádi představíme naše portfolio a možnosti spolupráce.
- Od konceptu až po finální produkci – Be seen unit Vám zajistí kompletní servis v oblasti video tvorby. Kontaktujte nás pro více informací.

### Online spot:

<https://www.youtube.com/watch?v=0BchXgfbuCM>

### Storyboard vs. finální spot

<https://www.youtube.com/shorts/w1xBWYUfK70>





[www.beseenunit.com](http://www.beseenunit.com)



**Patrik Macháč**  
-producer-  
605 436 699

VCard:



Bud'te unikátní, svěřte svou prezentaci do našich rukou.