

# Případová studie: Panasonic PetCare – Fountain

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

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

## PŘÍPADOVÁ STUDIE: PANASONIC PETCARE – FONTÁNA

### 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 skrze marketingovou agenturu Be seen unit s cílem vytvořit reklamní spoty pro spotřebiče PetCare.
- Cílem bylo inovativně představit produkt, zdůraznit klíčové výhody a podpořit prodej, primárně na Novém Zélandu.
- Trh s chovatelskými potřebami je vysoce konkurenční a vyžaduje originální sdělení.

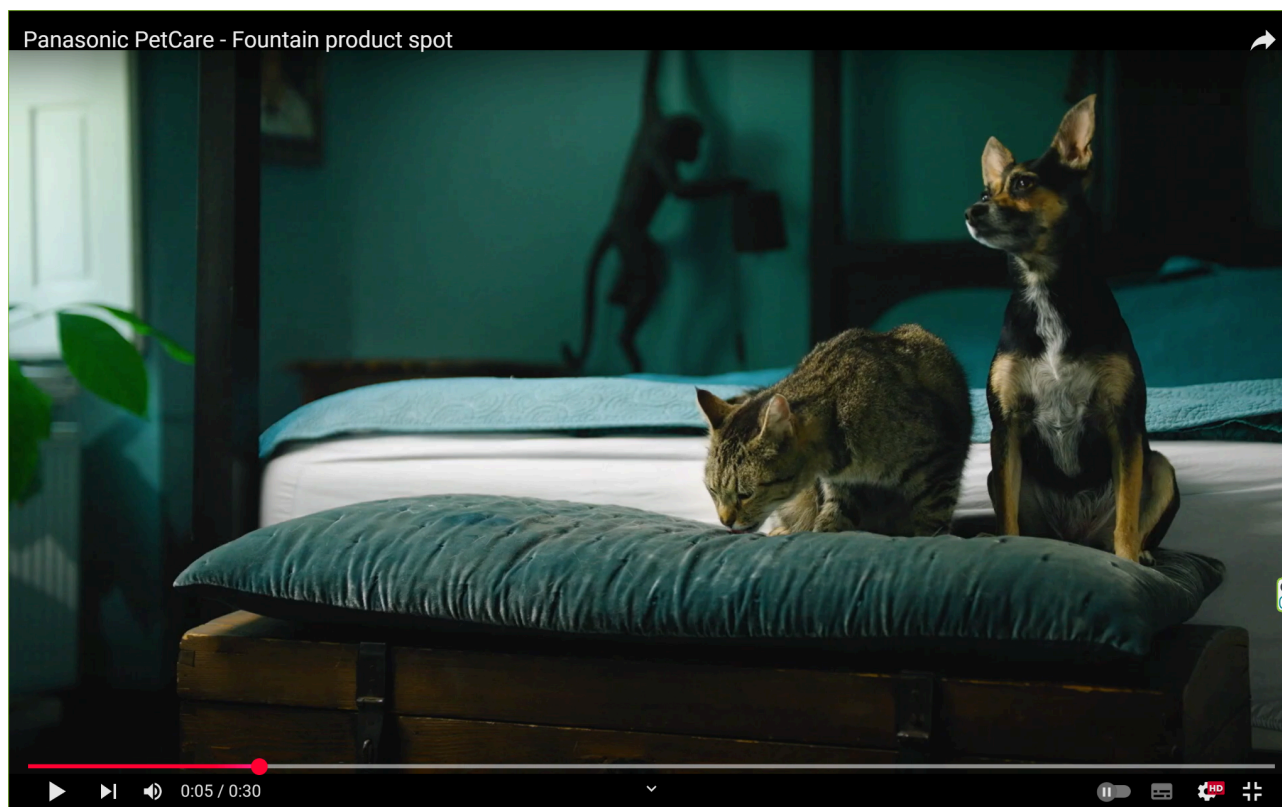
## b. popis díla

Název díla: Panasonic PetCare - Fountain

Typ díla: Reklamní spot na elektronický produkt pro zvířata

Stručný popis: Příběh psa a kočky, kteří si užívají klidný život díky fontáně Panasonic. Zdůrazněna hygiena, snadná manipulace a vysoká kvalita. Kombinace textových animací a sound designu.

Detailní popis: Spot vypráví idylický příběh psa a kočky, kteří vedle sebe spokojeně odpočívají a sdílí klidný, harmonický život. Pejsek si nadšeně užívá možnost občerstvit se z fontány Panasonic, zatímco kočka zůstává klidná a spokojená díky její praktičnosti a pohodlí. Tato harmonie mezi mazlíčky a jejich páničkem symbolizuje radostné a starostlivé soužití, které fontána podporuje. Produkt je v průběhu spotu prezentován jako hygienický, snadno ovladatelný a kvalitní, což je podtrženo elegantní textovou animací v angličtině. Zvukový design pečlivě dokresluje atmosféru a zanechává diváka s pocitem tepla a radosti. Spot září barvami, přináší pozitivní emoce a jemně propojuje produkt s příběhem, který osloví srdce diváků.



### c. cíle projektu

Primární cíl: Zvýšit povědomí o produktu a podpořit prodej na Novém Zélandu o 15 % v prvním měsíci.

Sekundární cíle:

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

### d. strategie a kreativní koncept:

Společně s marketingovou agenturou jsme vyvinuli koncept, který se zaměřil na emocionální spojení mezi majiteli a jejich mazlíčky. Rozhodli jsme se vyprávět jednoduchý, ale hřejivý příběh o harmonickém soužití, kde fontána hraje roli nenápadného, ale důležitého prvku.

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

Cílová skupina: Majitelé psů a koček 18-55 let, se zájmem o zdraví a pohodu mazlíčků, aktivní na sociálních sítích.

Klíčové sdělení: Panasonic PetCare – Fontána přináší klid, pohodu a hygienu do života mazlíčků i majitelů.

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 v okolí Prahy. Zajištěn byl kompletní servis od prvotních konzultací s agenturou, poskytnutí licence, castingu modelky i zvířat, veškerou logistiku a management natáčení až po následnou postprodukcí.

Detailní popis realizace: Pro natáčení spotu byla vybrána malebná lokace nedaleko Prahy, která ideálně odpovídala vizuálnímu stylu kampaně. Celý natáčecí proces byl naplánován do jednoho dne s důrazem na maximální efektivitu a minimalizaci nákladů. 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

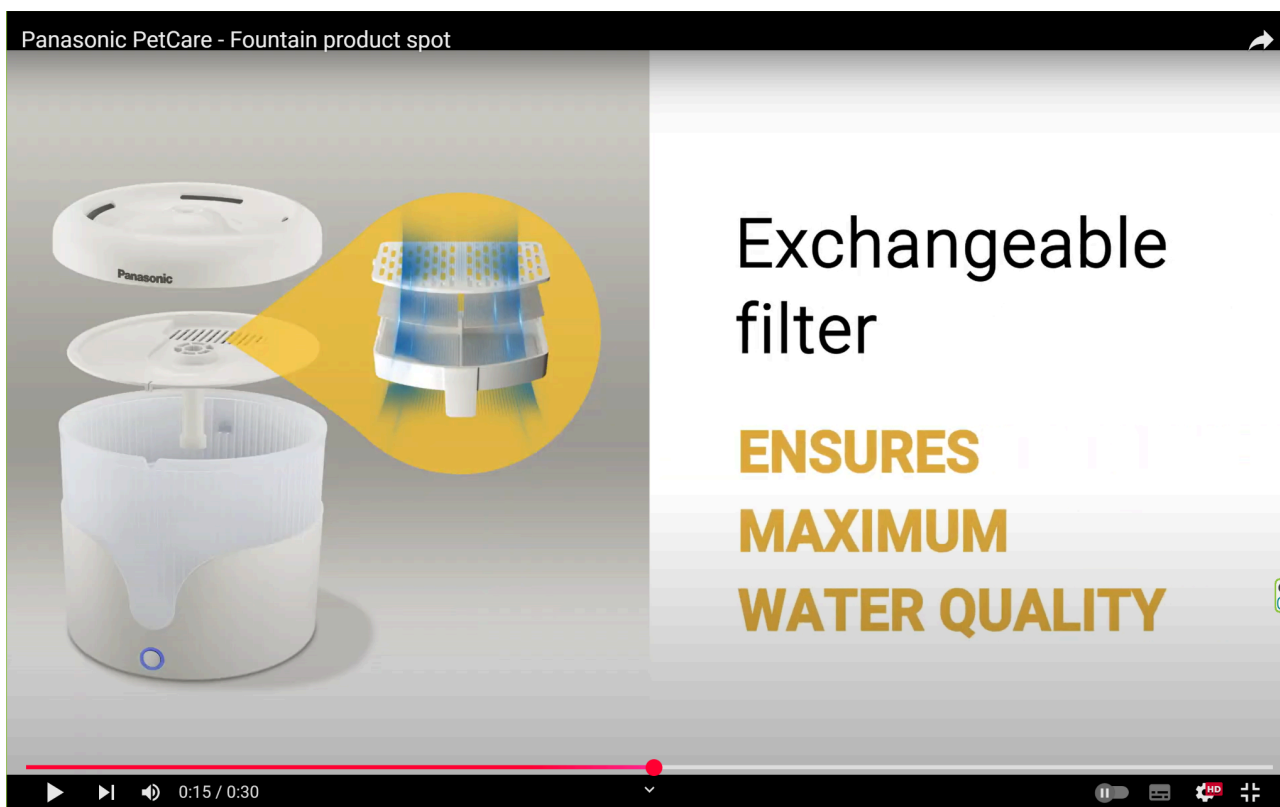
Zrychlený preprodukční management: Díky efektivní komunikaci a jasnému time managementu se nám podařilo zkrátit preprodukční fázi bez negativního dopadu na kvalitu.

Animace produktu: Zkušenosti našich animátorů zajistily realistické a atraktivní ztvárnění produktu.

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:



### g. výsledky a dopad

→ Kampaň dosáhla vynikajících výsledků a překonala stanovené cíle:

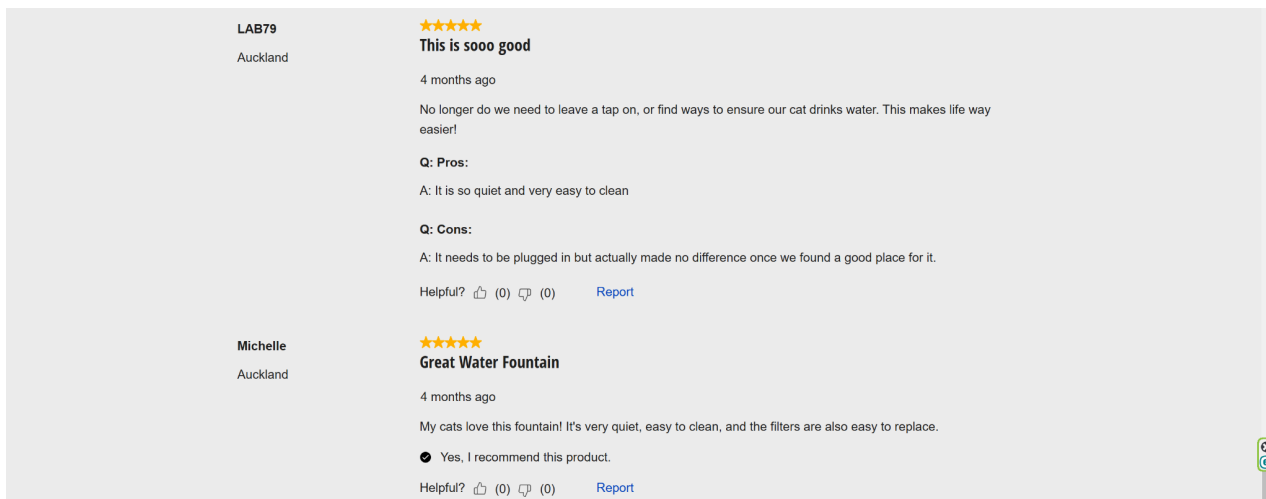
Návštěvnost webu: Během prvních tří týdnů po spuštění kampaně zaznamenala sekce PetCare na webu Panasonic nárůst návštěvnosti o 32 % (z 5 000 na 6 600 návštěv týdně).

Prodej: Prodej fontány na Novém Zélandu vzrostl v prvním měsíci o 18 % (z 250 prodaných kusů na 295).

Sociální sítě: Spot dosáhl organického dosahu 12 500 uživatelů na Facebooku a Instagramu a vygeneroval 450 sdílení, 320 komentářů a 1850 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:



**LAB79**  
Auckland



★★★★★  
**This is sooo good**

4 months ago

No longer do we need to leave a tap on, or find ways to ensure our cat drinks water. This makes life way easier!

**Q: Pros:**  
A: It is so quiet and very easy to clean

**Q: Cons:**  
A: It needs to be plugged in but actually made no difference once we found a good place for it.

Helpful?  (0)  (0) [Report](#)



**Michelle**  
Auckland

★★★★★  
**Great Water Fountain**

4 months ago

My cats love this fountain! It's very quiet, easy to clean, and the filters are also easy to replace.

**Q: Pros:**  
A: Yes, I recommend this product.

Helpful?  (0)  (0) [Report](#)

## h. Závěr a doporučení

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

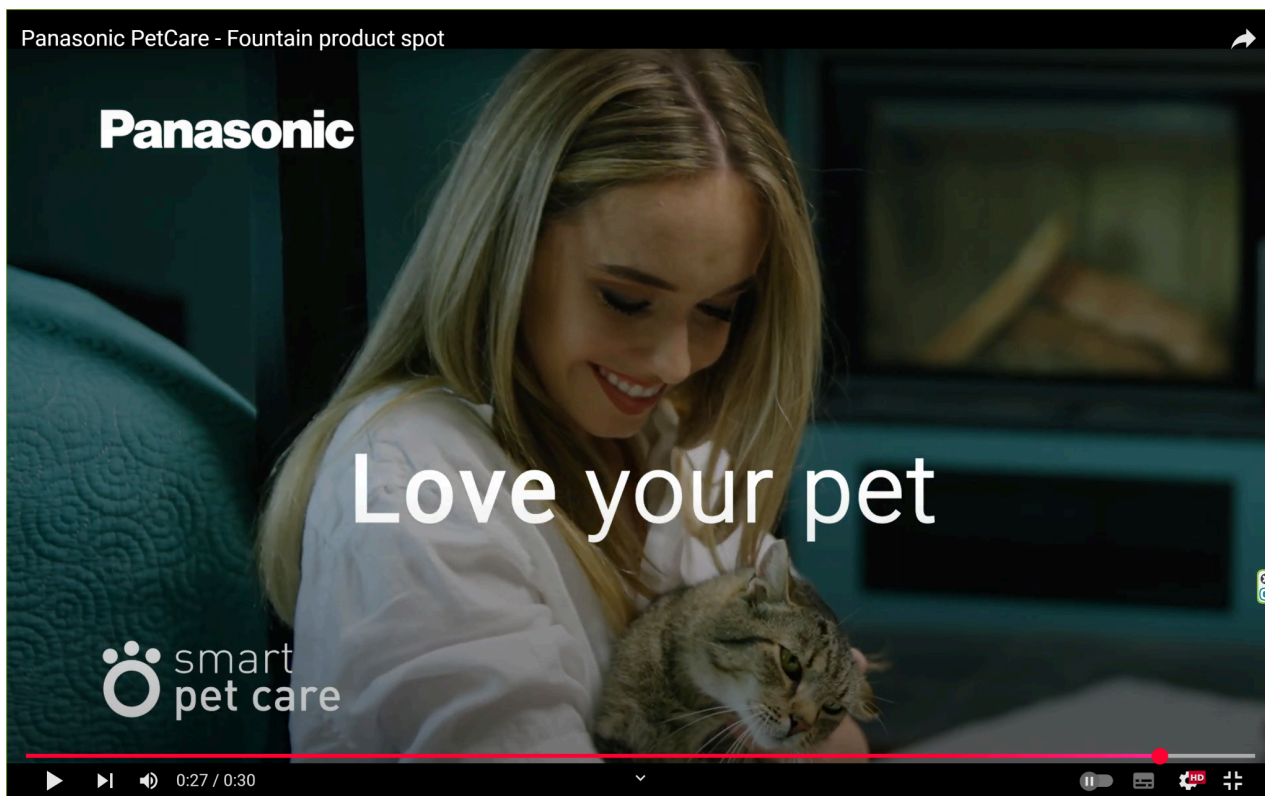
### Co se povedlo:

- Precizní vizuální a zvuková postprodukce, která zdůraznila pozitivní emoce a hlavní sdělení spotu.
- Efektivní plánování a rychlá spolupráce týmu při řešení výzev.

### Co by šlo zlepšit:

- Doporučení na prodloužení preprodukčního časového harmonogramu, aby bylo možné přesněji plánovat jednotlivé scény, zejména při práci s filmovými zvířaty a při natáčení více spotů za jeden den. Schválení dalšího natáčecího dne by mohlo výrazně snížit stres produkčního týmu a pozvednout úroveň kvality o úroveň výše. Přidání času by ještě více podpořilo preciznost spotu.

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=F6885d5E4wE>

### Storyboard vs. finální spot

[https://youtube.com/shorts/\\_HWEamZ4ork](https://youtube.com/shorts/_HWEamZ4ork)





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



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

VCard:



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