

Případová studie
WoodVANS

Jak jsme stvořili tvář WoodVANs

Kluci z WoodVANs měli na počátku skvělý nápad. Jejich náplní práce jsou přestavby klasických dodávek na obytná auta. Výsledkem je pořádná ruční práce, která splní každé přání klienta. Prostě chytlí trend moderní doby a pustili se do něj naplno. A za námi přišli, abychom je dostali do povědomí lidí.

Zadání od zákazníka

Zadání znělo celkem jednoduše. Stvořte nás. WoodVANs mělo několik požadavků, které potřebovali převést v realitu. Chtěli vytvořit zapamatovatelné logo, firemní identitu, layouty pro katalog, ceník a technické listy, webové stránky, sociální sítě. Na toto všechno postupně navazovaly další a další činnosti.



Logo WoodVANs



Grafické zpracování vizualizace aut



Produktové a lifestyle focení a videa



Webové stránky



Sociální síť Facebook



Firemní identita



Veletržní prezentace



Návrhy barev a materiálů do interiéru vozů



Virtuální prohlídky hotového auta



Kdo je WoodVANs?



Za značkou WoodVANs stojí tři kamarádi ze Zlobic u Kroměříže. Než se pustili do byznysu v oblasti přestaveb dodávek na obytná auta, prošli si sami vývojem a testováním na vlastní dodávce s označením Dědek. Díky tomu přišly první poptávky na podobné přestavby. A tak vznikl WoodVANs. Jejich posláním je stavba těch nejlepších individuálních vestaveb do dodávek na trhu.

Kdo je MANA?



Zlínská marketingová agentura, která dělá Marketing s NADhledem. Nespecializuje se jen na běžné marketingové záležitosti, jako je logo tvorba nebo copywriting. Svým zákazníkům poskytuje komplexní služby od úplných základů až po nadstandardní prvky jako je virtuální realita. Nejsme jen obyčejná marketingovka. Jsme MANA!



+420 728 731 838



info@manamarketing.cz



www.manamarketing.cz



@manamarketing.cz



@manamarketing.cz



tř. Tomáše Bati 1547,
Zlín, 760 01

1 Návrh

Než jsme se pustili do práce, dohodli jsme se na následujících bodech, které jsme vzájemně dodržovali po celou dobu spolupráce:

- A) Stanovili jsme předem rozpočet
- B) Připravili koncept činností, aby zákazník viděl:
 - a. Co se bude dělat
 - b. Kdy se to bude dělat
 - c. Jak to bude probíhat
 - d. Co bude výstupem
 - e. Jak bude výstup vypadat
- C) Po připomínkách a jejich zapracování jsme předali finální návrh v požadovaných formátech

2 Realizace

Všechno začalo **vytvořením loga** a jeho následným zanimováním, které jsme pak mohli skvěle využít pro reklamní materiály, firemní oblečení atd.

Následně jsme pro WoodVANS zpracovali **grafiku jejich aut**. Jednalo se o pohledy zvenčí i zevnitř. Aby jejich zákazník měl představu o tom, jak může jeho auto vypadat a jaké je vnitřní uspořádání vozu v denním a nočním režimu.

Díky tomu, že s naší prací panovala velká spokojenost, rozšířili jsme naši spolupráci do další oblasti – **produktové a lifestyle fotky a videa**, stavba nových **webových stránek** včetně vizuálu a textací, **sociální sítě** – příprava publikačního plánu, kampaně, texty, události, **VR prohlídka vozu**, zpracování **firemní identity**, příprava veletrhu a mnoho dalšího.



3 Výstupy

U projektu takového rozsahu, jako stvoření podoby WoodVANS není výstupem jen logo nebo barva firemních triček. Je to široké spektrum činností a podkladů, které jsou zákazníkovi předkládány.

V tomto případě se jednalo o:

- **Logo WoodVANS**, které odráželo firemního ducha a bylo přenositelné na veškeré materiály a předměty, které společnost využívá ke své denní činnosti.
- **Grafické zpracování vizualizace aut** zahrnovalo ztvárnění aut z exteriéru i interiéru, z bočního i vrchního pohledu. Pro koncového zákazníka to má velkou hodnotu v tom, že vidí, jak jsou jednotlivé prvky výbavy rozmístěny a může s nimi do jisté míry při konfiguraci auta hýbat.
- **Produktové a lifestyle focení a videa** byly důležitým prvkem pro následující tvorbu promo materiálů, webových stránek, sociálních sítí a VR prohlídky samotných aut.
- **Webové stránky** jsme budovali úplně o nuly. Připravili jsme strukturu stránkování, následně grafiku, vybrali fotky a připravili kompletní textaci webu.
- Pro **sociální síť Facebook** jsme WoodVANSu nachystali komunikační plán, připravili typové příspěvky, nachystali akce, spustili a řídili placené kampaně a nachystali důležitá témata ke komunikaci. Zároveň sloužil publikační plán i pro spárování sociálních sítí s blogem, se kterým se vzájemně doplňovaly.
- V rámci **firemní identity** jsme se pustili do animace loga tak, aby ho mohl náš zákazník využít na všech komunikačních materiálech a propagačních předmětech napříč firmou (firemní oblečení, hrníčky, dárkové tašky apod.)
- Připravovali jsme **prezentaci na veletrhu**. To zahrnovalo přípravu stánku, reklamních předmětů, visaček s popisky apod.
- Byl jsem také součástí týmu, který připravoval návrhy **kombinací barev, dekorů a materiálů do interiéru jednotlivých vozů**.
- Vrcholem naší spolupráce bylo vytvoření **virtuální prohlídky hotového auta**, kde si koncový zákazník může libovolně měnit barvy, otevírat dveře, a dokonce i hýbat s posuvnou postelí v reálném čase.



4 Vyhodnocení spolupráce

Z našeho úhlu pohledu dopadla spolupráce skvěle. WoodVANS jako značka vyrostli a dostali se i na stránky časopisu FORBES. A my jsme nesmírně hrdí na to, že jsme mohli být součástí tohoto projektu, který svým způsobem vytrhává lidi z konzumního života a dává jim volnost.

✓ TO DO list plánování

- Seznámení s produktem
- Příprava pilotního projektu
- Jeho úspěšná realizace
- Prohloubení spolupráce
- Překonání bariér
- Předání finálních výstupů
- Oslava

