

# F1 TV – The Research Journey

David Bailey, Senior Digital Research Manager, Formula 1

# F1 TV – The Research Journey

## Hlavní heslo F1: „It all starts with the fans“

- Udělali si průzkum a fanoušky rozdělili do jednotlivých segmentů, aby pak na ně správně cílili
- Nejdůležitější skupina tzv. Exciteables – okolo 37 let, sledují prakticky všechny závody a některé jedou navštívit osobně



# F1 TV – The Research Journey

Fanoušci mají v dnešní době zájem hlavně o „live streaming“ + pár dalších doplňků (podrobné časy v jednotlivých úsecích, statistiky atd.)

- Novinka 2TB – přenáší live jednu formuli celý závod
- Průzkumy zjistily, že F1 má celosvětově obrovskou fanouškovskou základnu



# F1 TV – The Research Journey

## **Problémy s digitalizací**

- Velké množství dat = je to drahé (HUBy, webhosting atd.)
- Jazyková rozdílnost (nutnost překladů)
- Rychlost, kterou fanoušci vyžadují
- Požadavky partnerů

# F1 TV – The Research Journey

## Budoucnost sponzoringu dle F1

- Sponsorship impact is moving from in-venue and TV exposure to engagement on social and digital media
- Rights holders need to adopt technology to prove their worth in an ever changing digital world and brands will lead the charge to properly value their investments
- Fan engagement can be measured in real time, providing live analytics and ROI for ongoing campaigns. Optimize during the life of the sponsorship will increases the likelihood over delivering on the impact of sponsorship..

