



Inšpirátor sporenia ČSOB

Zadanie

Zadaním kampane **Sporiaci účet Depozit** bolo osloviť nových a podporiť súčasných klientov banky a inšpirovať ich k tomu, aby si namiesto bežných účtov pravidelne odkladali svoje peniaze na výhodnejšom sporiacom účte.

Zadaním tiež bolo, aby bol návrh agentúry dlhodobo využiteľný a aby sa k nemu **ČSOB** mohla kedykoľvek vrátiť.

Cieľová skupina: populácia SR od 25 do 60 rokov

Výzva

Tému sporenia komunikujú všetky banky, len výnimočne však ponúkajú nejaký výraznejší produktový benefit (úroky, podmienky, atď.).

Ako cieľovú skupinu inšpirovať k sporeniu a edukovať ju, že aj usporené malé sumy môžu priniesť veľké potešenie?

INSIGHT

Každý si raz za čas dopraje nejaké **potešenie**, kúpi si darček, odmenu, niečo, po čom dlhšie túži. Hoci si dnes ľudia na splnenie túžob radi požičiavajú, chceli sme im ukázať, že i sporením relatívne malých súm si môžu čoskoro svoje sny splniť.

Napadlo nám, že by sme mohli novú technológiu - **Facebook**, umožňujúcu detekciu tváre okoloidúcich a okamžitú personalizáciu ponuky, využiť práve na inšpiráciu týchto potešení.



Prípravná fáza – prieskum

Na to, aby sme presnejšie zistili, „**po čom ľudia v rôznych cieľových skupinách túžia**“ (muži, ženy, 5 vekových kategórií), uskutočnili sme **vlastný kvalitatívny prieskum** vo fokusových skupinách. Výsledkom bola zostava **17 tém**, ako napríklad vysnívaná dovolenka, nové audio, športová výbava atď.

Inšpirátor sporenia

Technológiu Facebook sme umiestnili do skeletu podobného interaktívnemu citylightu – vznikol atraktívny **Inšpirátor sporenia**, ktorý sme umiestnili v máji 2016 počas troch dní do OC Eurovea pri pobočke **ČSOB**.

Podlahová grafika a animátor pozývali okoloidúcich, aby si vyskúšali, či Inšpirátor odhalí, po čom túžia.

Po pristúpení okoloidúceho na kontaktnú vzdialenosť mu Inšpirátor sporenia premietol personalizované tipy na sporenie, zodpovedajúce CS.

Na záver sme ľuďom pripomenuli, že toto všetko môžu mať už onedlho s využitím sporiaceho **účtu Depozit**.



Medializácia

Prekvapené tváre okolo Inšpirátora sme spracovali do videa, ktoré sme umiestnili na sociálne siete – **Youtube** a **Facebook**.

Link: <http://bit.ly/2p0AIWk>

Staršiu a konzervatívnejšiu časť cieľovej skupiny sme oslovili sériou **PR článkov** v afinitných médiách.

Inšpirátor však vyvolal aj vlnu spontánnej medializácie – napríklad IT médiá zaujala face-detection technológia Facebooku a jej inovatívne marketingové využitie.

Výsledky

1. Počas troch dní, v ktorých bol Facebook umiestnený v nákupnom centre, sa interakcie zúčastnilo **takmer 700 ľudí**.
2. Dvojminútové virálne video, umiestnené na FB a youtube dosiahlo len v období kampane **222 792 prezretí**.
3. Obsah prieskumu, ako aj výsledky interakcie Inšpirátora, sme spolu s komentárom psychológa využili na vytvorenie PR článkov, uverejnených na portáloch **hnonline.sk, cas.sk a topky.sk**.



Inšpirujeme ďalej

Kampaň pre veľký úspech a pozitívnu odozvu verejnosti, ktorá sa zariadením úprimne baví, pokračovala ďalej:

Inšpirátor sme využili počas leta 2016 na Magio pláži, kde bola ČSOB partnerom.



Inšpirujeme ďalej

ČSOB Bratislava Marathon 2017 –

v apríli 2017 baval niekoľko tisíc účastníkov tohtoročného ročníka tohto populárneho podujatia.

To potvrdzuje, že Inšpirátor nebol jednorazovou kampaňou, ale že dokáže edukatívnym a zábavným spôsobom baviť verejnosť ešte dlho.

