**Vysoká škola života – Young Lions 2021**

**Kategória Digital**

**Insight**

Mladí ľudia v našej cieľovej skupine sa nachádzajú práve vo fáze života, kedy sa z detí stávajú dospelí ľudia. Opúšťajú strednú či vysokú školu a do ich života prichádza stále viac „dospeláckych“ záležitostí, ktoré doteraz nemuseli riešiť a zároveň ich na to v škole nepripravili.

V škole vás nenaučia ako si nájsť brigádu, ako si urobiť CV, pripraviť sa na pohovor, ako sa prihlásiť na výšku, ako začať podnikať, ako fungujú voľby, ako platiť dane ani **ako si založiť účet a ako funguje kreditka či sporenie**. Spoločnosť od vás však automaticky očakáva, že tieto „dospelácke“ veci sa naučíte za pochodu.

**Idea**

Kde nepomôže klasická škola, musí nastúpiť **Vysoká škola života** od Slovenskej Sporiteľne. Jej cieľom bude naučiť mladých „dospelácke“ veci prostredníctvom ľudí, ktorých sú zvyknutí sledovať. Využijeme na to populárnych influencerov ako Expl0ited, Duklock, Selassie, Juraj Vie či Sandra z DejepisInak, ktorí budú vystupovať ako profesori Vysokej školy života. Vytvoríme tak sériu náučných videí pripravených v spolupráci s odborníkmi na rôzne témy, v ktorých sú mladí ľudia často stratení a zároveň sa ich v škole nedozvedia. Každé video bude napojené na **výhody účtu pre mladých, bonus 60 € výhody aplikácie George, novinky MONEYBACK** a pod. Samotná stránka a Youtube kanál s informáciami zostane live a bude mať efekt aj dlho po skončení kampane.

**Kampaň**

Na začiatku spustíme teasingovú fázu priamo cez profily našich „profesorov“ čiže hlavných influencerov, ktorí sa pochvália, že budú prednášať na vysokej škole a nechajú svojich fanúšikov hádať, o čo ide. Následne samotnú kampaň launchneme tiež na profiloch hlavných influencerov, ktorí vysvetlia o čo ide a odkážu priamo na webovú stránku s náučnými videami **Vysokej školy života**. Zároveň však dosah podporíme sekundárnymi influencermi, ktorí budú rozprávať na svojich sieťach svoje vlastné príbehy o tom, ako im chýbala niektorá z vedomostí v našich videách, čím zabezpečíme ďalší relevantný traffic na jednotlivé videá. Celá aktivita bude podporená online kampaňou nasadenou na **Facebooku, Instagrame, TikToku** a zapojíme aj **YouTube** pre-rolly. Nebude chýbať ani **Spotify** kampaň, kde taktiež využijeme známe hlasy našich influencerov.

Všetky kanály budú smerovať na hlavnú kampaňovú webstránku, kde bude aktivita podrobnejšie vysvetlená a budú na nej k dispozícií všetky videá Vysokej školy života od Slovenskej Sporiteľne. Tu budú taktiež prezentované relevantné produkty Slovenskej Sporiteľne pre mladých, predovšetkým aplikácia George a účet pre mladých. Jednotlivé kampaňové formáty budeme smerovať buď na hlavnú stránku, alebo na konkrétne video, pričom vďaka A/B testovaniu a optimalizácií počas kampane sa budeme snažiť zasiahnuť čo najefektívnejšie čo najväčšiu časť cieľovej skupiny.

Na kampaňovom webe bude taktiež možnosť zapojiť sa do záverečného testu, skutočnej „skúšky života“ prostredníctvom formuláru. Po úspešnom zvládnutí systém pošle účastníkovi **personalizovaný diplom** z Vysokej školy života vo formáte vhodnom na zdieľanie napríklad na Insta stories. To však nie je všetko, keďže po úspešnom absolvovaní pozveme každého, kto si založí účet pre mladých, aby sa zapojil do súťaže o **merch pre absolventov** Vysokej školy života.

**Zhrnutie**

S využitím dobre známeho idiómu „Vysokej školy života“ vytvoríme užitočný obsah, relevantný pre našu cieľovú skupinu, ktorý bude atraktívny vtipným podaním a známymi tvárami. Táto kampaň zlepší vnímanie značky Slovenskej Sporiteľne ako banky pre mladých. Zároveň má tento koncept aj potenciál byť základom pre dlhodobú komunikáciu Slovenskej Sporiteľne smerom k mladšej cieľovej skupine.

Jedná sa o koncept, ktorý odlíši Slovenskú Sporiteľňu od konkurencie v rámci komunikácie na mladšiu cieľovku, no zároveň nebude príliš kontroverzný ani pre ostatné cieľové skupiny banky, ktoré komunikáciu určite zachytia a veríme, že v tomto prípade ju budú vnímať pozitívne.