



YOUNG LIONS/DIGITAL 2021

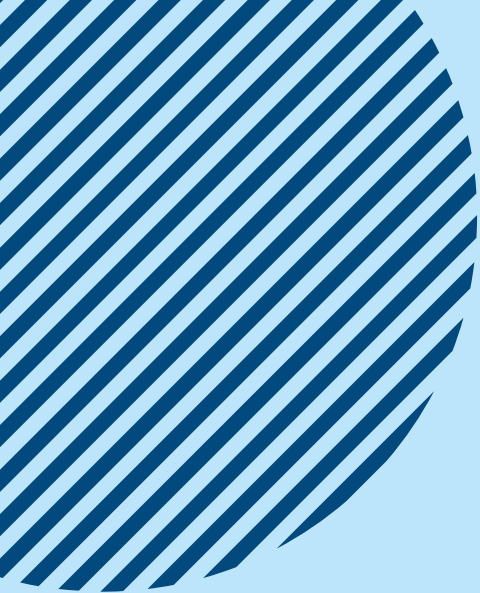
BANKA PRE MLADÝCH

Simona Lastovecká, Róbert Potoma

Zmeniť vnímanie
značky SLSP,
aby bola vnímaná
ako značka pre
mladých.



Ciel' kampane



Cieľová skupina

Digitálna generácia

Študenti a mladí od 15 do 26 rokov, ktorí ešte svoj vlastný účet nemajú.





Key message kampanye



Bankovanie s Georgom je gg

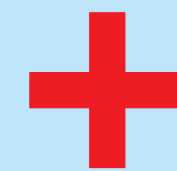
O

PREPÁJACÍ PRVOK KAMPANE

- + gg = „good game“
[jee-jee] = [good geym]
- + Fráza napísaná alebo vyslovená po skončení hry, ktorá ukazuje, že hra bola *príjemná* a *spravodlivá* - rovnako ako bankovanie s Georgeom.

Príjemná

George má intuitívne a extrémne jednoduché prostredie, v ktorom dokážu mladí efektívne spravovať svoje financie na jednom mieste. Príjemná je aj platba mobilom či hodinkami.



Spravodlivá

Hneď po založení účtu mobilom získajú štartovacích 60 € a vďaka službe Moneyback je im časť minutých peňazí vo vybraných obchodoch vrátená.



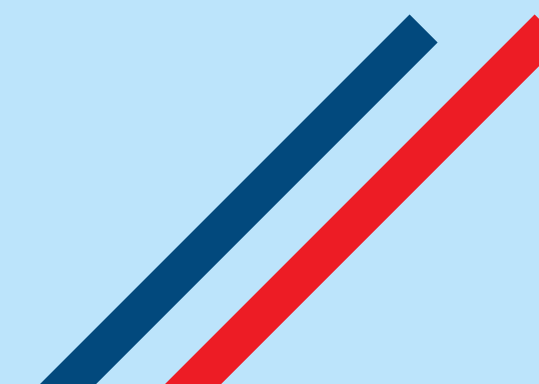
“ Vyše 80 percent slovenských mužov od 15 rokov pripojených na internet hrávalo a hrá počítačové hry, u žien je to 68 percent internetovej populácie.

ZDROJ: TERAZ.SK

”

Keďže sa digitálna generácia nachádza najmä vo virtuálnom priestore, kampaň prepojíme herným slangom.

Ukážeme im, že bankovanie s georgom je gg s presahom do skutočného sveta a všetky benefity, ktoré ponúka účet pre mladých sú ďalšími levelmi, ktoré majú už teraz vo svojom vrecku - stačí ich odomknúť.



Čo odkomunikujeme
prostredníctvom
key message kampane?





60 € BONUS

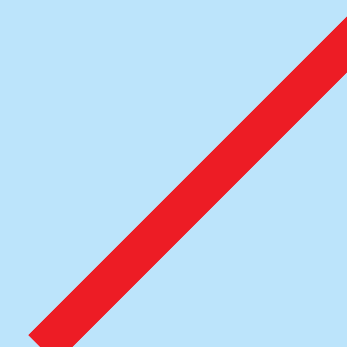
- odmena za otvorenie účtu mobilom cez Georgea

MONEYBACK

- odmeny za nákupy kartou/mobilom/hodinkami vo vybraných obchodoch



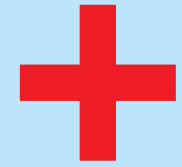
Benefitify



Ako odkomunikujeme
key message kampane?



Teasing

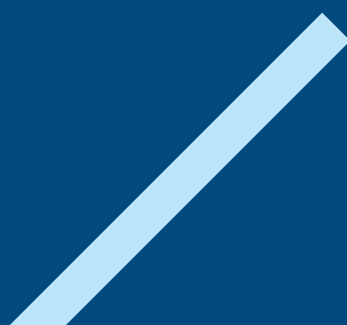


TEASINGOVÁ ČASŤ KAMPANE SA BUDE NIESTĽ V GAMERSKOM DUCHU, ČI UŽ PO STRÁNKE GRAFICKEJ ALEBO WORDINGOVEJ. SPUSTÍME BANNEROVÚ AJ VIDEO KAMPAŇ, KTORÁ BUDE INFORMOVAŤ O TOM, ŽE PRICHÁDZA GG V BANKOVANÍ.





KEY VIDEO



Návrh scenára



Video v pohľade z prvej osoby sa bude niesť v duchu RPG hry umiestnenej v rozšírenej realite s dovolenkovým charakterom, v ktorej sú ľudia za nakupovanie odmeňovaní. Či už pri nákupe žabiek alebo kníh na čítanie pri Štrkoveckom jazere.

Registrácia do hry prebieha jednoducho, prostredníctvom mobilného telefónu (proces online vytvorenia účtu prostredníctvom aplikácie George). Následne používateľ zbiera nákupmi a využívaním funkcií Georga experience points (XP), za čo sa mu zvyšuje level. S Georgom majú k dispozícií neobmedzené možnosti a je len na nich, ako túto príležitosť využijú.



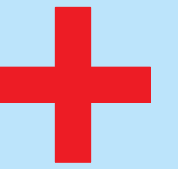
Okrem toho sa mu za každý nákup vo vybraných obchodoch vracajú ušetrené peniaze napsať do Georga. Na konci videa vidíme, že všetky výhody, levely a zvyšovanie virtuálneho majetku nie sú len hrou, ale sú skutočné: *Bankovanie s Geomeom je gg.*

Prečo RPG?

V RPG (Role Playing Games) hrách sa hráč zväčša pohybuje v rozsiahlej krajine. V priebehu hry sa vyvíja a v závislosti od vykonávanej činnosti sa zlepšuje jeho úroveň, no najmä zväčšuje svoj majetok.

Preto sme svet bankovania s Georgom premietli práve do RPG hry.

Priblížime sa cieľovej skupine a odkomunikujeme jej všetky výhody založenia účtu v Slovenskej sporiteľni v prostredí, ktoré je pre ňu prirodzené.

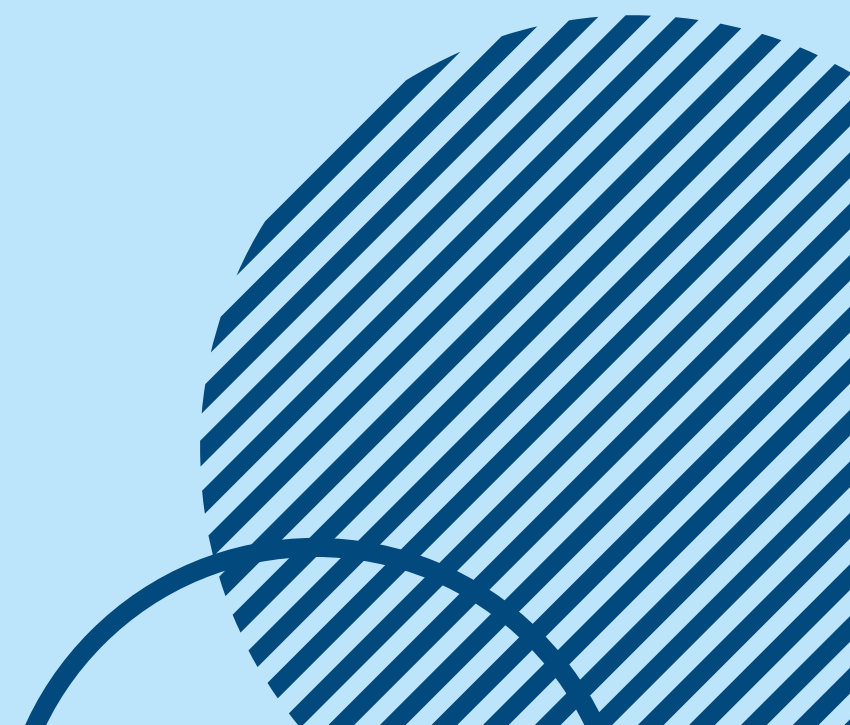
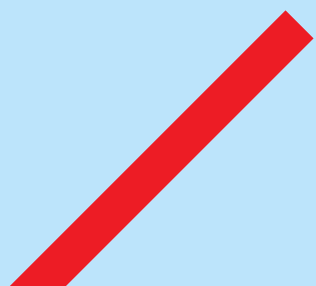


Ďalšie formáty vytvorené z key videa



Z key videa vytvoríme aj ďalšie kratšie formáty ako napríklad Stories, In-stream video, Bumper ads, Reels.

Prostredníctvom nich odkomunikujeme možnosti zvyšovania hernej úrovne a peňazí, ktoré po platbe klienti získajú naspäť. (platba kartou/mobilom/hodinkami a získanie Moneyback).





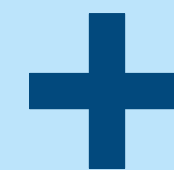
Nadácia Slovenskej sporiteľne: E-šport

Vytvoríme novú kategóriu Nadácie Slovenskej sporiteľne zameranú na elektronické športy.

Téma e-športu je stále aktuálnejšia a populárnejšia aj v našej krajine, momentálne ide práve tento druh športu do popredia.

Prostredníctvom tejto Nadácie podporíme **Slovenskú Asociáciu Elektronických Športov** a nádejné talenty na ceste za splnením svojich e-športových snov.

Na konci takýchto profesionálnych zápasov je fráza "gg" samozrejmosťou. Rovnako samozrejmé je aj to, že Slovenská sporiteľna je bankou pre mladých.





Navrhovaný
media mix





FACEBOOK

Všetky formáty využité v prostredí Facebooku budú obsahovať prvky z key videa, aby bola komunikácia celej kampane zjednotená. Prostredníctvom týchto kampaní budeme našu cieľovú skupinu najmä „zohrievať“, aby bola náchylnejšia na konvertovanie a teda založenie si účtu cez aplikáciu George.

Zverejňovať budeme hlavne 3D príspevky, ktoré sú v prostredí Facebooku na Slovensku nezvyčajné a preto na cieľovú skupinu zapôsobia ako scroll-stopper. Samozrejmosťou však budú aj carousely, single posty, 360° príspevky či muti-photo posty.



INSTAGRAM

Okrem klasických formátov, v ktorých budeme mladých hrať formou edukovať vytvoríme aj zábavný AR filter, ktorým sa priblížime cieľovej skupine.

AR filter - Kto viac?

AR filter pre 2 hráčov, v ktorom budeme klásť jednoduché, náhodne vygenerované otázky, tematicky spojené so službou Moneyback.

Kto viac míňa na oblečenie?

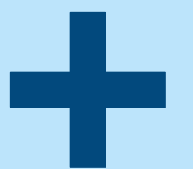
Kto viac míňa na jedlo?

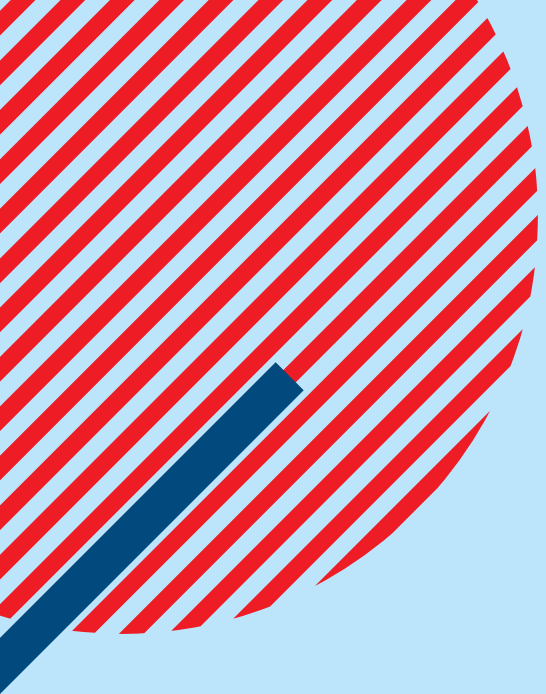
Kto viac míňa na kozmetiku?

Kto viac míňa na knihy?

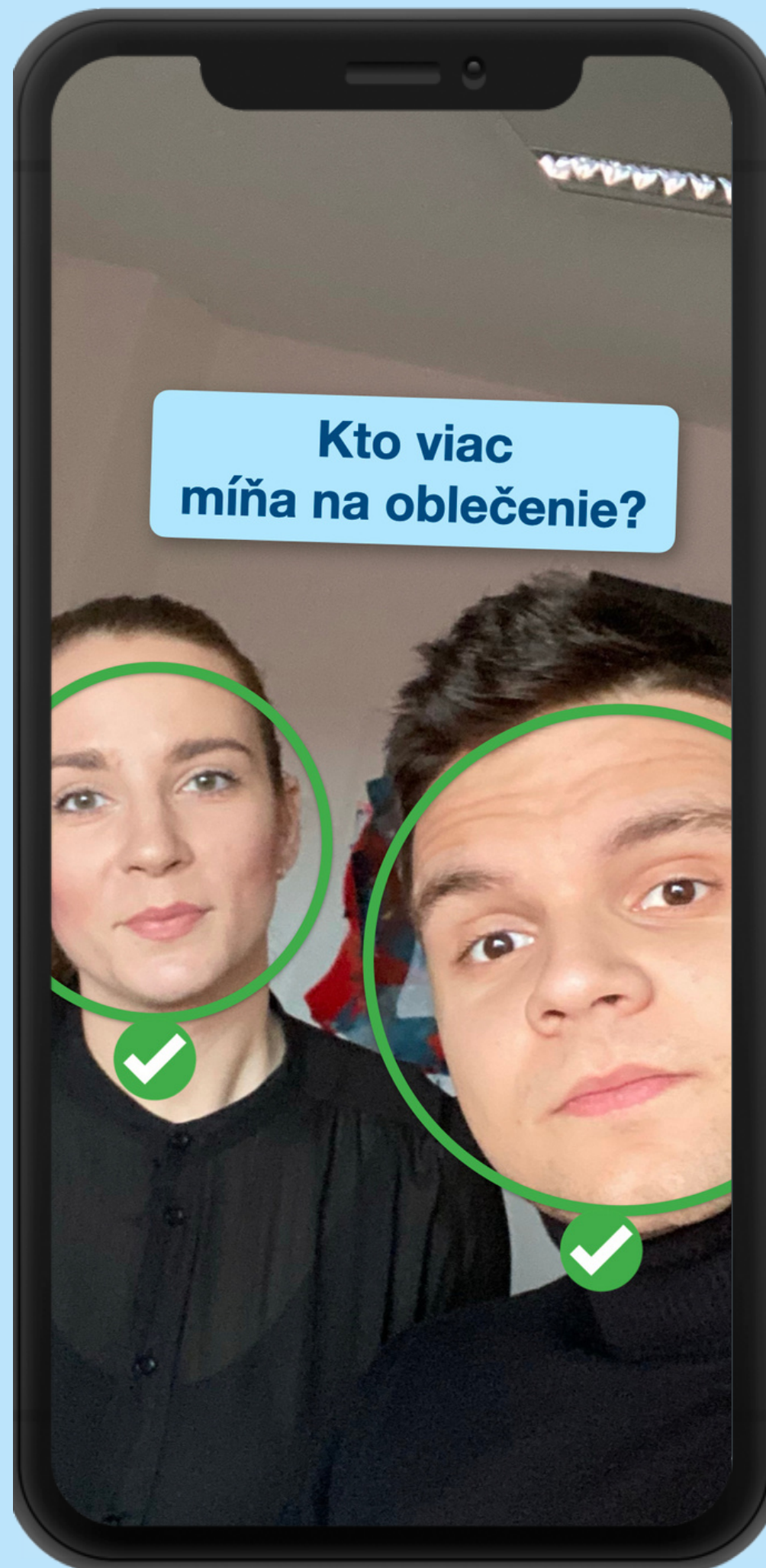
Kývnutím hlavy do strany hráči môžu označiť, na koho daná otázka sedí viac.

Tento filter by sme v úvode nárazovo propagovali prostredníctvom influencerov (napr. Selassie, Studiomoontv, LucyPug apod.) vďaka čomu by sa rozšíril medzi našu cieľovú skupinu.





MOCKUP
AR FILTER

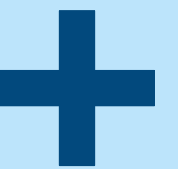




GOOGLE ADS



- Search (klúčové slová súvisiace so založením prvého účtu/ študentského účtu, účtu pre mladých, 60 € bonus, ...)
- GDN bannery (umiestnené na relevantných online portáloch ktoré navštevuje naša cieľová skupina - Refresher, Startitup, Interez, ...)
- Youtube (z key videa vytvoríme preskočiteľný formát, ale aj nepreskočiteľný bumper ads. Tieto reklamy budú umiestnené pred videami, ktoré sleduje naša cieľová skupina)



SPOLUPRÁCA S YOUTUBEROM

V spolupráci s youtuberom Selassiem natočíme video, v ktorom bude mať k dispozícií 60 € na celý deň, ktoré môže ľubovoľne minúť na veci spájané s letom a nadviaže tak na svoje prechádzajúce populárne video "Mal som iba 5 EUR NA JEDLO."

Vo videu ukáže, aké jednoduché je založiť si účet cez mobilnú aplikáciu a koľko sa dá ušetriť prostredníctvom služby Moneyback.



**Mal som iba 5 EUR NA
JEDLO, toto som s nimi uro...**



TIKTOK

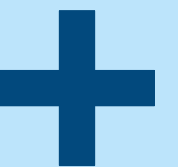
Podľa údajov z roku 2020 TikTok používa viac ako 50 % slovenských a českých mladistvých pod 18 rokov.

Zdroj: G.cz

Zložíme chytľavú letnú rytmickú pesničku vytvorenú zo zvukov bezkontaktnej platby a zvukmi charakteristickými pre aplikáciu Geroge s názvom "*moneyback gg*", ktorú budú môcť využívať používatelia TikTok-u vo svojich príspevkoch.

S hashtagom #moneybackgg budú môcť používatelia ukázať, ako si užívajú leto s Georgom - konkrétny obsah videa bude na kreativite samotných používateľov. Na konci letných prázdnin vyžrebujeme 3, ktorí získajú iPhone 12 na začiatok školského roka.

Používanie našej pesničky na TikToku spopularizujeme prostredníctvom spolupráce so slovenskými mikroinfluencerami na tejto sociálnej sieti. Nahratie pesničky je jednoduchý proces, hneď potom ako ju využijeme v našom úvodnom videu bude dostupná na použitie pre všetkých.





TWITCH

Twitch je americká služba priameho prenosu videa, ktorá sa zameriava na priame prenosy videohier, vrátane vysielania súťaží esports.



Pre túto platformu sme sa rozhodli vzhľadom na fakt, že naša cieľová skupina má na nej značné zastúpenie. Spolupráce v prostredí tejto streamovacej služby zatiaľ nie sú až tak rozšírené, čo by nám poskytlo konkurenčnú výhodu.

Selassie, ktorý je známy aj na tejto platforme počas jedného zo živých vysielaní ukáže v skutočnom čase ako si jednoducho založiť účet cez aplikáciu George alebo uskutoční online nákup.



Timeline kampane

Selassie
twitch

E-športy - spolupráca s SAEŠ

Selassie
video

Spolupráca s influencerami na Instagrame

Príprava TikTok pesničky

Instagram AR filter + TikTok challenge

Youtube

Google Ads + Search

Instagram

Bannerová reklama - Facebook, Instagram

Facebook

Key video - Facebook + Youtube + Reels na IG

21.JÚN.2021

Teasing

1.JÚL.2021

Spustenie
kampane

31.AUGUST.2021

Ukončenie letnej
časti kampane

Využitelnosť kampane v budúcnosti



Napriek letnému charakteru a odštratovaniu kampane na začiatku letných prázdnin, má kampaň silný potenciál aj pre svoje zimné pokračovanie. Či už pri nákupe vianočných darčiekov (moneyback) alebo pri transformovaní key videa na zimné zážitky s Georgom.

Zároveň bude podpora **Slovenskej Asociácie Elektronických Športov** prebiehať aj po skončení letnej časti kampane.

Prostredníctvom sponzoringu online herných udalostí sa aj naďalej bude natívnym spôsobom zvyšovať povedomie o Georgovi.





Spolupráca
s nami je gg

