

YOUNG LIONS PR 2023

# experti na Pohodu



x

**SLOVENSKÁ**   
**SPORITELŇA**

# Cieľ kampane

Cieľom tejto kampane je dostať čo najviac účastníkov Pohoda festivalu a na pobočku Slovenskej sporiteľne s cieľom vymeniť si lístok na festival za festivalový náramok a zároveň využiť túto príležitosť na PR podporu a sprostredkovanie pozitívnej zákazníckej skúsenosti so značkou **priamo na pobočke**.



---

# Východisko

Výmena lístkov sa koná pár dní pred festivalom, v čase, keď sa väčšina ľudí sa už na festival Pohoda veľmi teší.

**Tento hype je pozitívna emócia, ktorú vieme využiť.**

Je to čas kedy ľudia plánujú čo chcú na Pohode vidieť a zažiť, väčšina sleduje plánovaný program a niektorí účastníci, ktorí na festival miera prvý krát, môžu mať trochu problém vybrať si ten správny program.

---



# Insight

Žijeme v dobe kedy sa postupne zákaznícka skúsenosť a autentický kontakt so značkou čím ďalej tým viac digitalizuje.

Aj keď personalizovaná AI-riadená komunikácia má určite svoje benefity, nedokáže nahradiť plnohodnotný kontakt so živým človekom.

Podľa prieskumu Forbes z roku 2022 stále

**86% zákazníkov**

preferuje osobný kontakt pred chatbotom a toto číslo sa od roku 2021 dokonca zvýšilo.

**Máme unikátnu príležitosť  
využiť zatiaľ najdokonalejšiu  
technológiu,**

ktorá vám na základe niekoľkých  
inputov pomôže pripraviť  
personalizované odporúčania na  
festival Pohoda.

# Idea

V rámci tejto aktivity dôjde k celkom unikátnemu momentu - človek, nadšený a plný očakávania nadchádzajúceho festivalu príde na pobočku, kde si bude môcť vďaka reálnej osobe vymeniť lístok za náramok.

Čo je najlepšie, je fakt, že tento človek je osobný bankár Slovenskej sporiteľne, školený na kontakt s ľuďmi a poradenstvo.

# Riešenie



**experti**  
**na Pohodu**

Vymeníme lístok za náramok a k tomu vám pomôžeme vybrať si najlepší program. Urobíme z osobných bankárov Slovenskej sporiteľne na pár dní expertov na Pohodu.

Vďaka krátkemu školeniu a pripraveným otázkam budú vedieť osobní bankári, ktorí budú výmenu lístkov zabezpečovať, čo poskytnúť poradenstvo účastníkom festivalu ohľadom programu a ich osobných preferencií.

Akých interpretov rozhodne nezmeškať? Ktorá prednáška by sa vám mohla najviac páčiť?

**Naši experti na Pohodu vám pomôžu vyskladať si vlastný program na festival.**



# Prečo to bude fungovať?

**Vytvoríme unikátny moment založený na osobnom kontakte, ktorý dnes začína byť vzácny.**

Tak vznikne jedinečný icebreaker, ktorý môže šikovný obchodník v podobe osobného bankára využiť aj na predstavenie produktov Slovenskej sporiteľne alebo uzatvorenie obchodu.

Vďaka tomuto netradičnému modelu osobného marketingu vytvoríme **silný PR moment**, ktorý budeme šíriť v spolupráci s rôznymi médiami.

**SLOVENSKÁ**   
sporiteľňa





Slovenská sporiteľňa od 1. februára upravuje úrokové sadzby hypoték

Kultúra | 13. 3. 2023 17:18 | 5 min. čítania

## Bankári vám teraz poradia čo určite nezmeškať na festivale Pohoda



Festival Pohoda. Ilustračné foto

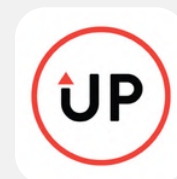
Zdroj: Facebook/Slovenská sporiteľňa



Ušetri čas a priprav sa na Pohodu - v Slovenskej sporiteľni ti dajú festivalový náramok a poradia ti koho si pozrieť.



TOTO by ste sa v banke určite nespýtali, ale v Slovenskej sporiteľni môžete



Chystáte sa na Pohodu? Poradte sa so svojim bankárom



Najdokonalejší chatbot? Ešte stále človek. Slovenská sporiteľňa stavila na osobný kontakt

# Online médiá

Kampaň podporíme online PR článkami v relevantných médiách aby sme rozšírili zásah nášho posolstva.

To pozostáva jednak z informácie, že na vybraných pobočkách si môžu návštevníci festivalu vymeniť lístok za náramok a taktiež, že z bankárov Slovenskej sporiteľne sa v tom čase stanú skutoční experti na Pohodu.



# Janolytik

POHODA EDITION



Využijeme existujúci koncept Janolytik v spolupráci s Janom Gorduličom, ktorý tentokrát prinesie spolu s organizátormi Pohody prehľad festivalu a niektorých zážitkov, ktoré určite netreba zmeškať.

The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top, there is a search bar with the text 'Hľadať' and a magnifying glass icon. The video itself features a man with curly hair and a beard, wearing a white shirt and red suspenders, sitting in what appears to be an office or studio setting. A blue banner in the top left corner of the video frame reads 'SLOVENSKÁ sporiteľňa'. Below the video player, the title 'JANOLYTIK. Info za všetky prachy | POHODA edition' is displayed. Underneath the title, the channel name 'Slovenská sporiteľňa' is shown with a subscriber count of '8,27 tis. odberateľov' and a black 'Odoberať' button. To the right of the channel information are icons for likes (19), comments, share ('Zdieľať'), download ('Stiahnuť'), and a menu icon.



# Podpora na pobočke

**Na dodatočnú podporu využijeme aj existujúcu úspešnú aktivitu - bankárku z budúcnosti Vesnu.**

Počas kampane bude aj Vesna odborne radiť ľuďom ohľadom Pohody a jej elegantný bankársky outfit nahradíme oblečením vhodnejším na festival. Okrem toho podporíme atmosféru na vybraných pobočkách aj tým, že budeme púšťať festivalový playlist, samozrejme v rozumnej hlasitosti, aby sme nijak neobmedzili bežné fungovanie pobočiek.



# Zhrnutie

Vďaka konceptu Experti na Pohodu využijeme **silný moment osobného kontaktu** so zamestnancom banky, ku ktorému musí pri výmene lístka za náramok prísť.

V dobe digitalizácie tak dáme hlbší význam **osobnému kontaktu**, ktorý väčšina ľudí stále považuje za najlepší spôsob komunikácie so značkou. Zároveň tak pripravíme pre osobných bankárov skvelý icebreaker pri ktorom môžu vytvoriť aj **obchodnú príležitosť**.

Túto inovatívnu formu kampane potom využijeme ako **PR moment**, ktorý budeme ďalej šíriť pomocou online PR kanálov v spolupráci s **relevantnými médiami**.

**Spojíme tak silný  
zákaznícky insight  
s užitočnou službou,  
ktorá má potenciál  
priniesť nielen pozitívnu  
zákaznícku skúsenosť ale  
aj obchodné výsledky.**