

# Nebude to suché

## Insight

Naším cieľom je mladých zákazníkov a potenciálnych zákazníkov **edukovať**, varovať pri bezpečnom používaní bankových služieb v online priestore (klamlivé linky, sms, telefonáty, inzeráty a správy z podozrivých účtov na sociálnych sieťach) na cieľovku mladí vo veku 16–20.

## Idea

Naša idea pracuje s premisou, že cieľovka 16–20 rokov je jednou z najťažšie zaujateľných. Pozornosť mladých nevieme udržať pri minútovom spote alebo pri dlhom texte a preto sme sa rozhodli **šokovať**. Cieľovka nie je homogénna a tak sme do mediálneho mixu zahrnuli aj menej klasický mediálny kanál a to Tinder, kde budeme cieľiť na 18–20 audience. Budeme komunikovať akými spôsobmi sa môžu nechať oklamať a ako sa tomu vyhnúť a spoznať nové možné scams.

## Stratégia

3 fázy:

**Catch** – Videami vytvoríme šok, ktorý vyvolá vlnu mediálnej pozornosti a banku odlíši od ostatných bánk. Šokovaním publika zabezpečíme, že tento odkaz sa naozaj zaryje do pamäti.

**Attention** – V tejto fáze by sme predali slovo influencerom (Samo\_zvany, S nami – Oski Barami, Oliver a Samo Európa 2) ktorý by našu “povešť” dostali medzi ďalších mladých ľudí cez kanály ako reels + tiktok. Využili by sme aj product placement v seriáli Pán Profesor kde by sme našu správu zakomponovali do deja. Tieto cesty sme vybrali najmä tým, že sa priamo spájajú so záujmami našej cieľovky.

**Education** – Edukáciu publika dáme do rúk creatorovi Jurajovi z kanálu Juraj Vie. Publikum by sme vzdelávali vo forme videí, kde by Juraj vysvetľoval aké sú najčastejšie formy scamov, vlastnosti phishing správ a ako sa takýmto scamom vyhnúť. S odkazovaním na bezpečnosť aplikácie George by sa odkomunikoval výber banky a jej aplikácie je dôležitý pre ochranu užívateľa. Vytvorili by sme tak symbiózu, kde Juraj ťa naučí a George ťa ochráni.