

Názov práce:
Skvelydomov.sk
ContAdd po prvýkrát na Slovensku

Prihlasovateľ: PRime time, s. r. o.
Kategória: H Kreativita v PR kampani, H2 - Business to Business
PR a Business to Consumer PR
Súhlas klienta: áno
Kontaktná osoba: Elena Maslová



1. Zhrnutie projektu / dôvody pre ocenenie

Zadaním klienta ČSOB bolo dostať produkt – spotrebný úver na bývanie - počas kampane na shopping list záujemcov o spotrebný úver a pozicionovať poskytovanie úverov v ČSOB ako výhodnejšie a na trhu jedinečné. Hľadali sme preto riešenie, ktoré bude pre ľudí vyhľadávajúcich tieto informácie nielen zaujímavé, ale ocenia aj nový prístup a inovatívnosť ČSOB banky v komunikácii tohto produktu. Vymysleli sme inšpiratívno-hardsellovú kampaň, ktorá spája silnú emóciu k peknému bývaníu s úplne novým formátom online reklamy ContAdd, ktorý sme na Slovensku použili po prvýkrát. Sila tejto kampane spočíva v kombinácii inšpirácie (tak vyhľadávanej práve v súvislosti s novým bývaním), súťaže (s atraktívnou výhrou navrhnutia interiéru bytovým architektom), podporou cez sociálne siete (FB Ads a viral seeding), hardsellom (k dispozícii databáza zapojených do súťaže, ktorých ČSOB priamo oslovila) a v neposlednom rade inovatívnym formátom ContAdd (reklamné posolstvá priamo vo vizuále článkov). Dôvodom pre ocenenie sú vynikajúce výsledky – nový ContAdd priniesol mimoriadne vysoké CTR 11,3% (reklamné bannery v obvykle dosahujú CTR na úrovni 0,1%) a do súťaže sa zapojilo viac ako 5300 ľudí, z ktorých až 4200 plánuje v najbližšej dobe modernizáciu bývania. Spolu s čítanosťou PR článkov a vizibilitou na sociálnych sieťach sme klientovi priniesli nielen inovatívne, ale aj veľmi veľmi úspešné a efektívne riešenie.

2. Popis komunikačných príležitostí a rizík, ktoré projekt riešil

Príležitosti:

- Navrhnuté riešenie zapozicionovalo ČSOB banku ako progresívneho klienta, ktorý namiesto klasických PR nástrojov ponúka ľuďom niečo užitočné a jednoduché – inšpiráciu pre moderné bývanie a inovatívny formát ContAdd

Riziká:

- Keďže sme nový formát online reklamy Contadd použili na Slovensku ako prví, neexistovala žiadna „klinická“ skúsenosť a teda sme nevedeli, ako ho Slováci prijmu

3. Informácia o výskumoch, realizovaných pred uskutočnením projektu

-

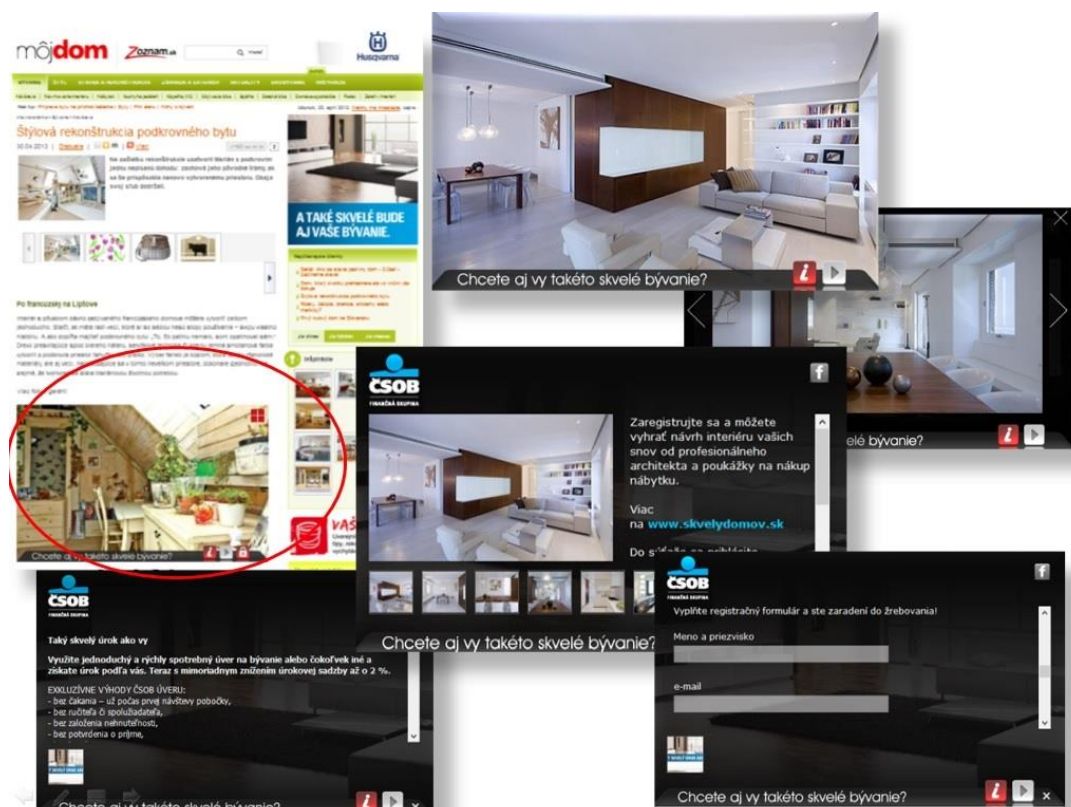
4. Vysvetlenie zvoleného strategického postupu

V prvom rade sme hľadali inovatívnejšie „nereklamné“ riešenie zadania. Vychádzali sme z insightu (štatistiky dodané klientom), že spotrebné úvery ľudia najčastejšie používajú na modernizáciu bývania, a ocenia inšpiráciu atraktívnymi ukážkami pekných izieb, kuchýň, kúpeľní atď. Aby inšpirácia nebola len pasívna, navrhli sme súťaž, v ktorej zapojení mohli vyhrať návrh od renomovaného bytového architekta – za svoj kontakt. Vybierali sme tak hodnotnú databázu ľudí, ktorých naozaj zaujíma téma modernizácie bývania a teda aj ponuka úveru od ČSOB. Hardsellovú časť kampane dopĺňala séria PR článkov a vizibilita na sociálnych sieťach, ktorými sme zvyšovali povedomie o produkte. Cieľom bolo vymyslieť kampaň, ktorá bude užitočná, bude pôsobiť nereklamne, a zároveň bude obsahovať nejaký fun faktor v podobe nového reklamného formátu ContAdd.

5. Popis realizovaných fáz a aktivít projektu

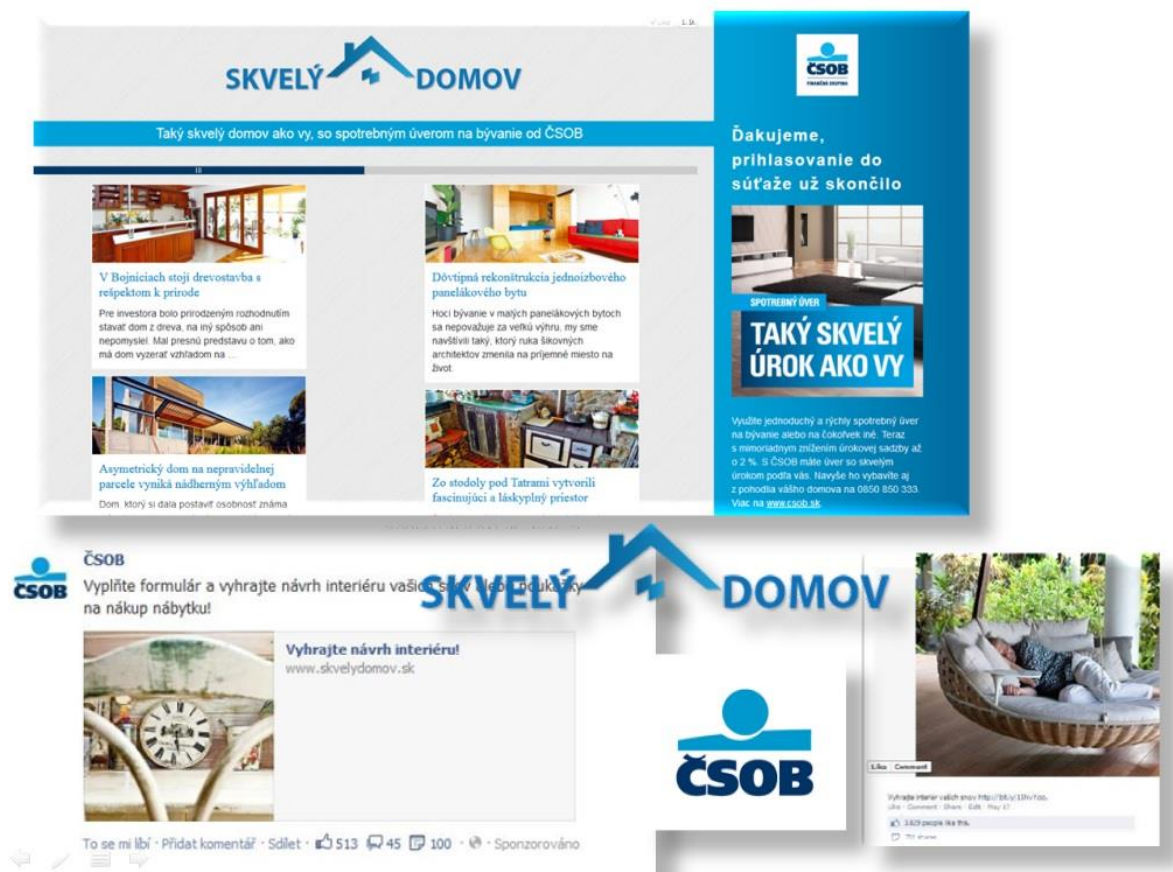
Články s inovatívnym reklamným formátom ContAdd

- Spolupráca s Mojdom.sk formou mediálneho partnerstva
- 8 článkov na Mojdom.sk počas 4 týždňov: inšpiratívne interiéry (+ produktová komunikácia)
- V ústrednom vizuále článku využitie nového reklamného formátu ContAdd
- ContAdd – priamo ústredný obrázok článku sa stáva rozhraním (akoby menšou samostatnou micrositou), kde ľudia môžu nájsť ďalšie súvisiace informácie – ďalšie fotografie, súťaž, info o spotrebnom úvere, jeho benefitoch atď.



Microsite Skvelýdomov.sk

- Platforma, ktorá spájala všetky časti kampane (od inšpiratívnych interiérov, cez súťaž až po produktové informácie). Podstatou stránky bolo poukázať, že takýto skvelý interiér môžete mať aj vy s výhodným spotrebným úverom od ČSOB.



Súťaž

Aktivačná súťaž o interiér snov od renomovaného bytového architekta prebiehala súčasne na 2 spomínaných platformách:

- Cez Contadd na Mojdov.sk
- Na microsite Skvelýdomov.sk

Direct mail

- Účasťou v súťaži sme získali viac ako 5 300 relevantných kontaktov, z ktorých 4200 priamo uviedlo, že chce v najbližšej dobe modernizovať svoje bývanie. Týchto ľudí sme oslovili priamo personalizovaným direct mailom s ponukou ČSOB.

Podpora na sociálnych sieťach (Facebook Fanpage ČSOB a Twitter)

- V rámci facebook Fanpage ČSOB a twitter ČSOB SK podpory kampane sme pravidelne zverejňovali informácie o prebiehajúcej súťaži, pričom sme motivovali k zapojeniu do súťaže prostredníctvom headlinov a fotiek zverejnených na mojdom.sk.

6. Prehľad dosiahnutých výsledkov s dôrazom na dopad projektu na podnikanie, obchodné výsledky a reputáciu zadávateľa.

- ContAdd – mimoriadne vysoké CTR 11,3%
- Výsledky microsite sú impozantné. Konverzia microsite bola viac ako 50%, zásah na CS bolo až 80,7%
- Vďaka súťaži sa nám podarilo získať 5 308 e-mailových adries na ďalšie marketingové aktivity a z toho 5 253 adries ľudí, ktorí uvažujú nad modernizáciou bývania. Forma súťaže zasiahla cieľovú skupinu, čo môžeme vidieť, že len 55 ľudí (1,04%) z celkového počtu neplánuje modernizovať bývanie.
- Viral seeding a Facebook reklama – 2 034 648 zobrazení reklamy na Facebooku a 340 950 aktivít v súvislosti s reklamou