**Tatra banka**

**Tatra Academy – Mimozemšťan**

**Chatbot**

**ZADANIE**

Pripraviť online kampaň s cieľom:

* otvoriť 15 000 nových Študentských účtov
* zvýšiť brand awareness o tomto produkte.

**ZADÁVATEĽ**

Tatra banka, a.s.

**CIEĽOVÁ SKUPINA:**

* Deti / tínedžeri vo veku 15 – 25 rokov.

**IDEA**

Tatra Academy je jednou z najväčších digitálnych kampaní, na ktorú sa každý rok čaká. Jej tvárami bol už rapper, YouTuberi, animovaná postavička, no mohol by, napríklad, aj taký mimozemšťan otvárať účty a baviť deti? Odpoveď je, že mohol a dokonca veľmi úspešne.

Sajfa Mimozemšťan sa spojil s najinovatívnejšou pozemskou bankou, Tatra bankou, a prihováral sa cieľovej skupine jej vlastným spôsobom s cieľom, aby si otvorili Študentský účet v Tatra banke a tiež získali nadpozemský pocit.

A keďže naša cieľovka bola naozaj náročná a nefungujú na ňu tradičné médiá, bolo potrebné skúsiť niečo iné – nadpozemské. A tak sa jednou z najdôležitejších súčastí kampane stal Chatbot Mimozemšťan, ktorý sa s nimi rozprával tam kde sú a kde sa cítia byť doma – v Messengeri.

V teasingovej fáze ho najskôr fanúšikovia učili správne „ po pozemsky“ a častokrát sa stalo, že ani samotní pozemšťania svoj jazyk úplne neovládali. Komunikácia v tejto časti bola aktualizovaná a dopĺňaná na dennej báze na základe reakcií fanúšikov, a tak bol náš chatbot zo dňa na deň múdrejší.

V akvizičnej časti im pomáhal s úlohou vrámci Tatra Academy, či im pripomínal, aby sa zastavili v banke, lebo 30 € tam na nich nebude čakať večne. No fanúšikovia s ním riešili (a to nebolo v pláne) aj ich osobné problémy, problémy s láskou a niektorí si s ním zvykli písať už „len tak“, lebo mali pocit, že ich niekto počúva, resp. číta ☺

A aj keď s nimi komunikoval o produkte, účte, posielal ich do banky, cieľovka to od neho prijala. Nemala totiž pocit, že sa baví so „strašidelnou inštitúciou“, akou je banka, ale so Sajfom Mimozemšťanom, s ktorým je sranda. Boli radi keď im zablahoželal k narodeninám či meninám, keď im pripomínal, že si ešte nevyzdvihli svojich 30€ či s nimi len tak prehodil slovko dve.

Lebo pre danú cieľovú skupinu je Messenger prirodzenejšie prostredie ako pobočka banky. Tu sú doma.

A tak sa stal chatbot jedným z najúspešnejších nástrojov kampane. Počas jej trvania si mladí**s chatbotom**

* vymenili neuveriteľných ***1 600 000 správ,***
* poslali **mu 69 794 obrázkov**
* a mal **open rate takmer 100%.**
* NAJDÔLEŽITEJŠIE: Spolu s klientom Tatra banka a mimozemšťanom Sajfom sme **otvorili viac ako 15 000 Študentských účtov**, a tak nielen splnili cieľ, ale aj pomohli Tatra banke **po prvýkrát v histórii predbehnúť lídra a stať sa tak retailovou jednotkou na slovenskom trhu v segmente Študentských účtov.**