

PR stratégia YOUNG LIONS 2023

Vyčnievaj z davu, nie z radu

Kreatívna stratégia

Komunikačná idea: „Vyčnievaj z davu, nie z radu.“

Návštevníci festivalu POHODA sú mladí, aktívni ľudia, ktorí žijú v kolobehu rýchlej doby a preto potrebujú svoj čas využívať efektívne. Nechcú stáť v radoch a strácať drahocenné minúty. Chcú vyčnievať z davu, robiť veci „podľa seba“ a využiť svoj potenciál v plnej paráde. Ako inak sa to dá, ako správnym rozdelením denného harmonogramu bez zbytočnej záťaže a straty času? Slovenská sporiteľňa prináša zaujímavé benefity pre existujúceho aj potenciálneho klienta, ktorý hľadá efektívne riešenia problémov. Žiaden stres, iba pohoda, chill a efektivita.

Online médiá a sociálne siete



Využitím komunikácie v online prostredí pomocou optimálne mixu mediálnych nástrojov pritiahneme pozornosť ľudí, ktorí patria do cieľových skupín v súlade s nastavenými komunikačnými cieľmi kampane.

Personalizovaná komunikácia



Vytvoríme štyri základné persóny správneho „pohodáka“ – účastníka festivalu. Jednotlivé persóny opisujú nie len osobnosť daného „pohodáka“ ale aj benefity banky, ktoré sú pre neho „šité na mieru“ – SLSP banka pre ľudí ako som ja.

Vyčnievaj z davu, nie z radu



Viac času, viac zážitkov. Výmenou lístka za náramok na pobočke v Slovenskej sporiteľni účastníci festivalu ušetria svoj čas, vyhnú sa stresu z príprav na festival a nestratia ani minútu z bohatého programu POHODY.

Pred-festivalový zážitok



Po výmene budú mať účastníci festivalu ale aj klienti banky možnosť zastaviť sa v chill out zónach vybraných pobočiek „Malá pohoda“ kde si okrem pred – festivalovej zábavy budú môcť zvoliť svoj typ „pohodáka“, ktorý im pomôže určiť si „unikátnosť“ svojej osoby iba pár klikmi na pripravenom kiosku.

Súťaže



Prostredníctvom výberu zo štyroch základných persón správneho „pohodáka“, sa budú môcť účastníci zapojiť do atraktívnych súťaží, mimo bežných aktivít programu festivalu a „vyčnievať tak z davu, nie z radu“.

Follow up komunikácia



Prostredníctvom rubriky na Youtube kanály SLSP JANOLYTIK: Info za všetky prachy, podporíme kampaň follow up komunikáciou, kde využijeme dáta z tohto ročníka festivalu.

HLAVNÉ ZLOŽKY KOMUNIKAČNEJ STRATÉGIE



Pohodák „bavič“

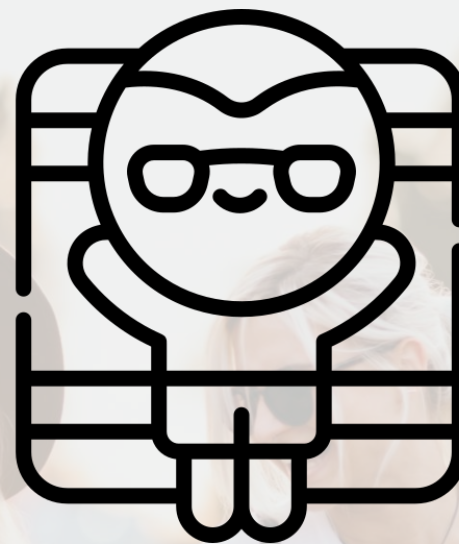
- **Hlasná hudba, kopa ľudí, všetky ruky hore, svetelné showky a veeľa tancovania a zábavy?**
- „Baviča“ len tak niečo neodradí od toho, aby si vypočul svojho obľúbeného interpreta, zatancoval si, zabavil sa s kamošmi a zabudol na všetko, čo musí riešiť mimo letiska v Trenčíne.
- Žije si svoj bezstarostný život, v rámci ktorého popri štúdiu alebo práci stíha aj tradičný „party life“ a na POHODU čakal celý rok. Nezabúda však na svoj „must see“ plán kapiel a stage-ov, ktorý má do detailov pripravený aj s časovým harmonogramom.
- Preto si nemôže dovoliť zmeškať čo i len jednu minútu z nekonečného line up-u festivalu POHODA a čakať dlhé hodiny v rade na náramky pred bránami festivalu, či v radách na zaplatenie piva, na ktoré sa tak veľmi teší. Benefity SLSP sú preňho preto ako „šité na mieru“.



- Aktivita v Chill out zóne „Malá Pohoda“: **Silent party** cez Spotify playlist Pohoda festivalu.
- **Zapojenie sa do personalizovanej súťaže:** Ak si účastník na kiosku odklikne persónu **Pohodák „bavič“** zapája sa do súťaže o tričko s nápisom jeho persóny a **MEET AND GREET s GLEBOM.**

Pohodák „chiller“

- Keď sa povie slovo POHODA, pohodák „chiller“ vidí západ slnka, vychladené pivo, pohodlný hamak a super partiu ľudí.
- Obdivuje krásy okolo seba, umelecké prejavy prírody, ľudí, či festivalových atrakcií a hudobných vystúpení. Nemá rád zbytočné „small talky“ a radšej si v tichosti vychutnáva prítomný okamih.
- Život si užíva plnými dúškami. Intenzívne prežíva každý jeden jeho moment, ktorý sa už nebude opakovať a je rád, ak sa mu ho podarí zachytiť. Preto sa na festivale zdržiava na miestach, ktoré mu ponúkajú možnosť nielen výbornej muziky, zaujímavých diskusií, dobrého jedla a pitia, ale aj umeleckého vyžitia. Stan Slovenskej sporiteľne je jeho obľúbené miesto, pretože tam nachádza špeciálne atrakcie ako bola napríklad minulý ročník – Časula.



- Aktivita v Chill out zóne „Malá Pohoda“: **Hamak s drinkom**
- **Zapojenie sa do personalizovanej súťaže:** Ak si účastník na kiosku odklikne persónu **Pohodák „chiller“** zapája sa do súťaže o tričko s nápisom jeho persóny a **150€ voucher na akékoľvek jedlo a nealkoholické pitie v areáli festivalu.**

Pohodák „inovátor“

- Pohodák „inovátor“ chodí a obkukáva, hľadá nové informácie, inšpiruje sa inováciami a na ekologické riešenia nedá dopustiť! A to ani na festivale, kde sa prišiel zabaviť s priateľmi a vychutnať si pohodu a chill.
- Neustála potreba dozvedieť sa niečo nové ho vedie uličkami POHODY do všetkých stanov, kde sa organizujú diskusie, rozoberajú spoločenské témy, riešia inovácie a počúva moderná hudba. Všíma si všetky koše, vďaka ktorým svoj odpad môže recyklovať a neohrdne ani umeleckými „skvostmi“, ktoré sú dominantou festivalu POHODA.
- Baví ho vyčnievať z davu, ale nie z radu. Čakanie neznáša a je preňho dôležité využívať svoj čas efektívne, lebo jeho čas je drahý. Preto veľmi oceňuje a využíva benefity Slovenskej sporiteľne na festivale ako výmena lístka za náramok na pobočke banky alebo platobná BEZkontaktná pohoda priamo na festivale.



- Aktivita v Chill out zóne „Malá Pohoda“: hologram Vesna
- **Zapojenie sa do personalizovanej súťaže:** Ak si účastník na kiosku odklikne persónu **Pohodák „inovátor“** zapája sa do súťaže o tričko s nápisom jeho persóny a **MEET AND GREET pri drinku v SLSP chill out zóne s vybraným diskutérom festivalu POHODA.**

Pohodák „rodinkár“

- Doménou pohodáka „rodinkára“ je multitasking. Rýchlosť plnenia úloh z každodenného TO DO listu je prevratná a inak to nie je ani pri prípravách na festival.
- Popri náročnej práci musí stíhať aj každodennú starostlivosť o rodinu či svojho štvornohého miláčika. A to veru nie je „med lízať“! Zvláda to však ľavou zadnou nielen vďaka dobrému time manažmentu, ale aj Slovenskej sporiteľni, ktorá mu ponúka benefity na uľahčenie života.
- Žiadne dlhočizné čakanie v rade na náramky, v horúčavách, bez vody, ktorú zabudol v aute, s plačúcimi deťmi, kočíkom a stanom na chrbte. Pohodák „rodinkára“ nezaskočí takmer nič, je pripravený na všetko, hlavne si užiť všetky možnosti, ktoré prináša festival POHODA pre rodiny s deťmi, občas aj bez nich.



- Aktivita v Chill out zóne „Malá Pohoda“: Do farebného sveta, farebné drinky.
- **Zapojenie sa do personalizovanej súťaže:** Ak si účastník na kiosku odklikne persónu **Pohodák „rodinkár“** zapája sa do súťaže o tričko s nápisom jeho persóny a o **dopravu na festival a z festivalu zdarma.**

Timeline komunikačnej stratégie

Kick off komunikácie benefitu výmenného miesta na sociálnych sieťach banky a festivalu pohoda.

Chill out zóna „Malá pohoda“ na pobočkách banky



Kick off komunikácie v online médiách

Spolupráca s vybranými influencerami

Follow up: Janolytik videoanalýza festivalu POHODA

- Spolupráca v špecifických formátoch s využitím aktualizačného momentu.
- Lifestylové videá o módnych trendoch na festivaloch.
- Kvízy o type „Pohodáckej“ osobnosti.
- Iné netradičné formáty (rozhovory s náhodnými respondentami z festivalu POHODA).

- Natívne články, rozhovory so slovenskými interpretmi, podnikateľmi v gastronómii, ktorí budú na POHODE so svojimi značkami.
- Všeobecné témy o trendoch a prípravách na festival – TO DO listy.

- Rozhovory s organizátormi festivalu o programe a plánovaných aktivitách v tomto roku.
- Prepojenie natívnych článkov a ich následná propagácia na sociálnych sieťach.
- Follow up komunikácie.

- Témy, ktoré majú celospoločenský presah.
- Rozhovory s účinkujúcimi a diskutujúcimi.
- Spravodajské a analytické formáty.

Refresher.sk

Startitup.sk

**Stratégie.sk
a Braine.sk**

Aktuality.sk



**Mediálne
spolupráce**

Návrhy nosných komunikačných tém:

*Nosné témy špecifikujú komunikáciu jednotlivých persón cieľových skupín.

- Na čo všetko sa pripraviť, keď idete na Pohodu s deťmi?
- Čo na Pohodu donesiem, to si z nej aj odnesiem
- Ako na festivale nestratiť ani minútu čakáním v rade a vidieť všetkých obľúbených interpretov?
- Odvezieme ťa na festival, alebo chceš stretnúť Gleba? Sprav si „pohodácky“ kvíz a vyhraj skvelé ceny!
- Vyčnievaj z davu, nie z radu. Čím zažiaríš na POHODE?
- Neviete si vybrať z bohatého programu? Ušijeme Vám ho na mieru podľa Vašej „pohodáckej“ osobnosti!
- Pohoda, je to len rýchla doba. Nestrácaj čas a uži si prítomný okamih na najväčšom festivale tohto roka.

Návrhy sekundárnych komunikačných tém:

*Sekundárne témy špecifikujú komunikáciu jednotlivých cieľov komunikácie – výmenné miesto, predfestivalový zážitok,

BRAND UPLIFTING.

- Ako sa pripraviť na festival? Zostav svoj „pohodácky“ TO DO list
- Si pripravený na najväčší zážitok tohto leta? Čo všetko potrebuješ na festival
- Zaži gastronomické vyvrcholenie na Pohode vďaka BEZkontaktnému plateniu
- Hoď sa do pohody ešte pred Pohodou
- Chceš vyčnievať z davu? Pozri si TOP 10 festivalových outfitov na POHODU 2023
- TOP 5 rád ako nestrácať na festivale čas
- Najlepšie diskusie sú aj tento rok na Pohode! O čom sa budeme baviť?

Ďalšie návrhy komunikačných tém:

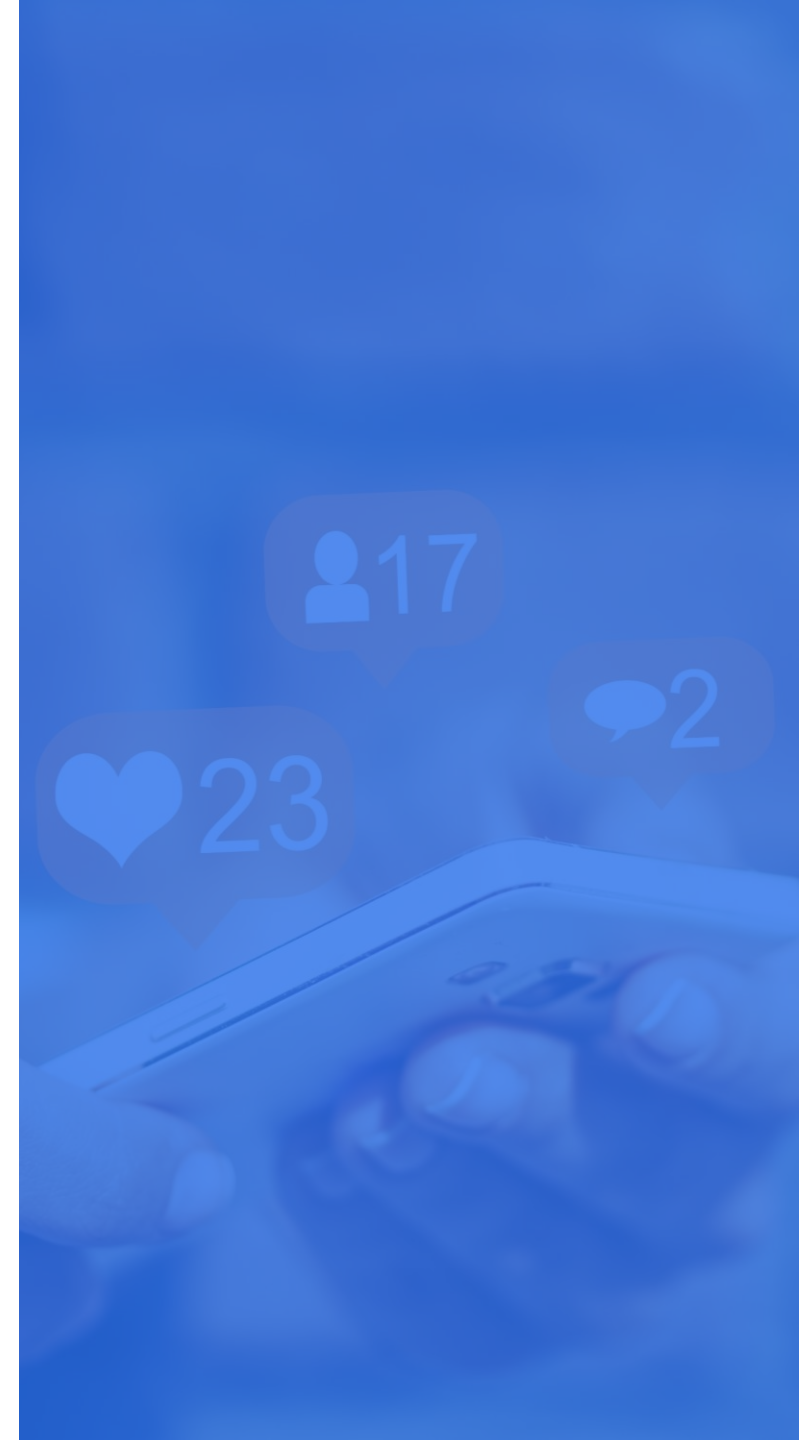
- FOLLOW UP komunikácie - Pohoda a chill. Ako to vyzeralo na Pohode 2023?
- FOLLOW UP komunikácie - Janolytik: Aký je budget „pohodáka“?



Návrhy
komunikačných tém

Komunikácia na sociálnych sieťach a **SPOLUPRÁCA S INFLUENCERMI**

- **Komunikáciu benefitu výmenného miesta** podporíme aj pravidelným prispievaním príspevkov na sociálnych sieťach Slovenskej sporiteľne a festivalu POHODA v konkrétnom čase – minimálne týždeň pred „otvorením“ výmenného miesta na jednotlivých prevádzkach banky.
- **Identifikáciu účastníka festivalu** - skupinu persón podporíme spoluprácou s vybranými influencerami, ktorých sme vybrali na základe charakteru jednotlivých persón. Ľudia viac dôverujú konkrétnemu človeku s vplyvom, ako samotnej značke.
- V rámci podpory BRAND UPLIFTINGU využijeme komunikáciu influencer profilov s presahom k našim cieľovým skupinám – „banka pre ľudí ako som ja“ moderná, inovatívna a plná benefitov.
- Vďaka prepojeniu hravej, uvoľnenej a nenásilnej komunikácie s reálnym človekom – influencerom, ktorý má vybudovaný svoj funbase, pokryjeme všetky cieľové skupiny účastníkov a **oslovíme tým aj ďalších potenciálnych zákazníkov.**



Pohodák „inovátor“



53K followers

[@nataliapazicka](#)

Pohodák „bavič“



40,5K followers

[@matuskolarovsky](#)

Pohodák „rodič“



35,1 K followers

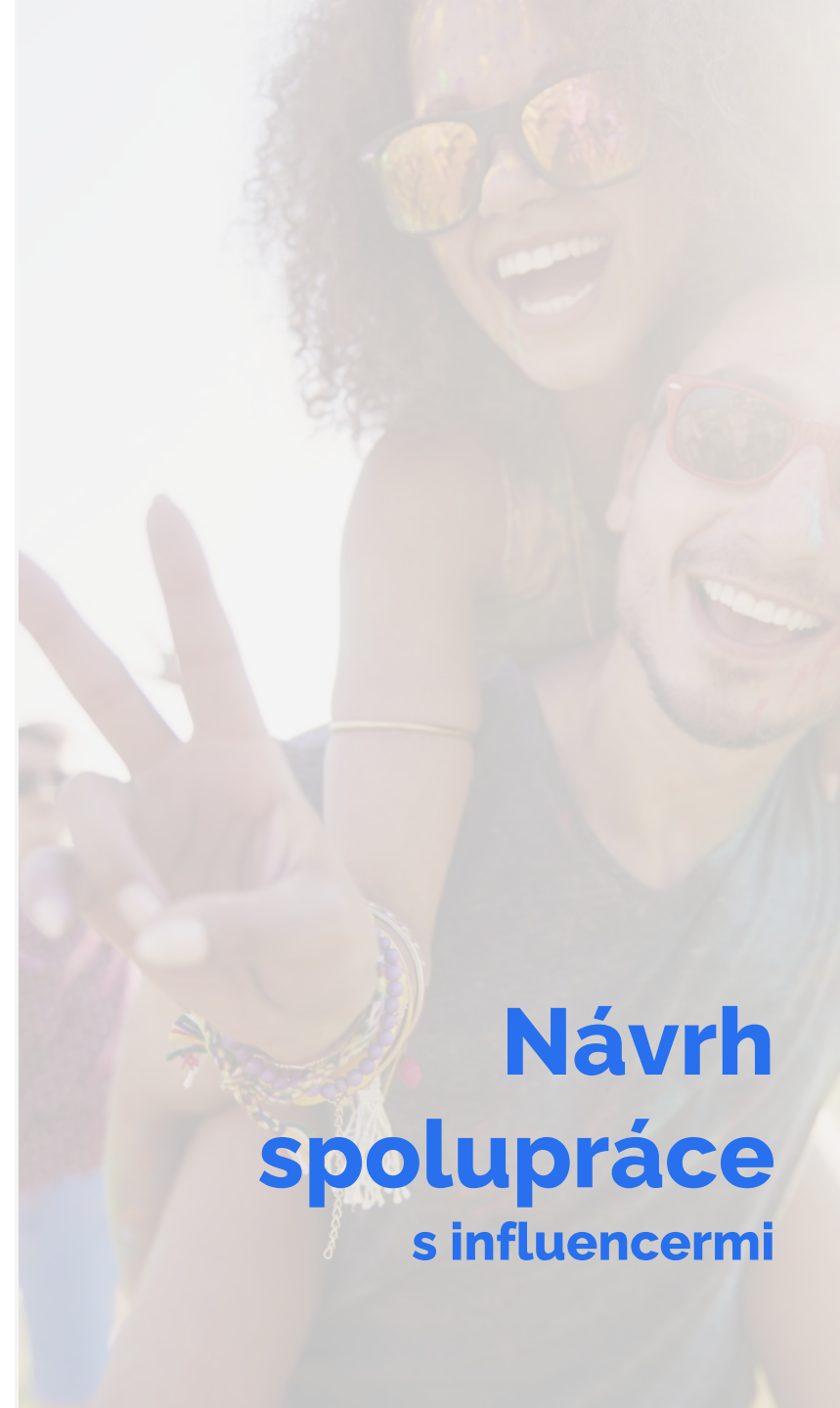
[@Adriazia](#)

Pohodák „chiller“



50,9K followers

[@domi_haly](#)



**Návrh
spolupráce
s influencermi**

Chill out zóna - Malá pohoda

- Festivalovú atmosféru chceme priniesť všetkým návštevníkom banky. Či už sú to účastníci festivalu, ktorí si prídu vymeniť svoje lístky za náramky, klienti banky alebo len okoloidúci, ktorých zaujmú netradičné aktivity na pobočkách. Do vybraných bánk prinášame **Chill out zónu „Malá pohoda“**, v ktorej sa môže každý preniesť na POHODU trenčianskeho letiska.
- Malá Pohoda má pre svojich návštevníkov pripravené mnohé aktivity, ktoré sú pre nich „ušité na mieru“ podľa typu Pohodáka. Na prevádzke vybraných pobočiek postavíme kútik Malej Pohody, bez toho, aby sme rušili ostatných návštevníkov.
- Každý návštevník prevádzky si bude môcť jednotlivé aktivity vyskúšať. Pre účastníkov festivalu bude pripravený kiosk, kde si budú môcť vybrať svoj typ festivalovej persóny. Zadaním kontaktných údajov a „špeciálneho hesla – číslo lístka na festival“ sa budú môcť zapojiť do súťaže o atraktívne ceny ušité na mieru pre ich typ „Pohodáka“ a vyčnievať tak z davu, nie z radu.

Silent party – Na ktorého interpreta si pôjdeš zatancovať ty? Do pobočiek prinesieme aj koncerty, ale v trochu nezvyčajnej forme. Návštevníci si môžu pri čakaní na prevádzke cez slúchadlá vypočuť interpretov, ktorí sa v tomto ročníku festivalu predstavia cez Spotify playlist Pohody, ktorý bude ľahko nájditeľný cez QR kód na plagáte.

Vyklikaj si svojho „Pohodáka“ – Len pár klikov bude deliť účastníkov od toho, aby zistili, akým typom festivalovej persóny sú. Či už je pohodák „rodič“ alebo pohodák „bavič“, každý z nich bude po uvedení kontaktných údajov zapojený do súťaže, kde môžu vyhrať super ceny naviazané na jednotlivé typy persón.

„Buď v pohode na Pohode so SLSP“ - Slovenská sporiteľňa si aj tento rok pripravila kopec aktivít, ktoré zaujmú každého „Pohodáka“. Vieš na čo všetko sa môžeš tešiť? V chill out zóne predstavíme aktivity, do ktorých sa môžeš zapojiť na festivale v zóne SLSP spolu s harmonogramom, mapou a vizualizáciami.



Chill out zóna
„MALÁ POHODA“
na pobočkách SLSP

„Špeci“ drinky pre všetkých – Pre návštevníkov „Malej Pohody“ bude pripravený aj pitný režim. Pozostávať bude zo špeciálnych drinkov, ktoré svojimi chuťami a farbami ohúria aj toho najmenšieho návštevníka.

Hamak a ležadlá – Chiller sa už vidí ako leží v hamaku a sleduje západ slnka na Pohode. „Hodiť do pohody“ sa môže už v predstihu, či už na ležadlách alebo na hamaku, ktoré dopĺňajú kompletný festivalový zážitok v chill out zóne „Malá pohoda“.

Pokecaj si Vesnou - Finančnú pohodu dopĺňa aj Vesna, holografická bankárka, ktorá ti efektívne pomôže s problémami v banke, vďaka ktorej si môžeš vychutnávať festival bez zbytočných starostí a s nadupaným účtom. Ak si nevieš pokecať priamo s hologramom, vyriešiť problém ti môže aj pomôcť chatbot.

JANOLYTIK: Info za všetky prachy

Aký je budget „pohodáka“?

- Koľko peňazí minuli „pohodáci“ na festivale tento rok?
- Aké typy „pohodákov“ chodí na festival?
- Štatistiky koľko peňazí minuli v hotovosti, koľko bezkontaktnou kreditnou kartou, smartfónom, hodinkami a pod.
- Porovnanie z predchádzajúcimi rokmi
- Prečo sa mení správanie návštevníkov festivalu a platia BEZhotovostne viac?
- Na čo najviac míňajú Slováci peňazí v rámci zábavy?
- Promo vhodného produktu pre danú cieľovú skupinu napríklad SPACE účet.
- Promo inovatívnych technológií so zameraním využitia aj na eventoch ako je festival POHODA, ktoré ponúka Slovenská sporiteľňa svojim klientom.

FOLLOW UP KOMUNIKÁCIE:

Špeciálny „pohodácky“ diel rubriky JANOLYTIK: Info za všetky prachy ako follow up komunikácie po festivale POHODA v online médiách ako Startitup.sk alebo Stratégie.sk.