

CENTOFKA

NÁZOV PRÁCE

PRIHLASOVATEĽ

Dynamic Relations 2000

ZADÁVATEĽ

Orange Slovensko, FunFón

KATEGÓRIA

Best Media Placement

KONTAKTNÁ OSOBA ZA PRIHLASOVATEĽA

Karol Wolf / wolf@dynamic.sk / +421 905 834 872

KONTAKTNÁ OSOBA ZA KLIENTA

Peter Tóth / peter.toth@orange.com / +421 905 014 818

I ZHRNUTIE

Príchod štvrtého operátora na slovenský trh predstavoval pre FunFón veľkú hrozbu.

Cenová politika 4ky bola založená na jednotnej cene za volania, SMS a dáta, ktorá mala **symbolickú hodnotu 4 centy**. FunFón v tom čase komunikoval ponuku „**Férovofka**“, ktorá zákazníkom umožňovala **telefonovať, SMS-kovať a surfovať na internete za 7 centov** (ponuka je komplexnejšia a obsahuje iné benefity a výhody).

Úlohou PR agentúry bolo po príchode štvrtého operátora **komunikačne podporiť online kampaň k novej ponuke FunFónu „Centofka“**.

Kampaň bola založená **na znižovaní ceny za volania, SMS a MMS prostredníctvom interakcie zákazníkov na Facebooku**.

I VÝZVA A CIELE

Kampaň k novej ponuke „Centofka“ bola netradičným spôsobom odštartovaná prostredníctvom flash správy na facebookovom profile FunFónu.

Hoci mali zákazníci až 72 hodín na to, aby znížili pôvodné ceny za volania, SMS a dáta na minimálnu hodnotu, svojou aktivitou prekonalí všetky očakávania. **Stiahnuť ceny na 1 cent sa im podarilo za neuveriteľných 15 hodín**.

Úlohou PR agentúry bolo kreatívnym spôsobom **odkomunikovať** širokej verejnosti, zákazníkom a médiám **novú ponuku „Centofka“**.

Zároveň bolo dôležité vyzdvihnúť fakt, že **FunFón nechal o cenách svojich služieb rozhodovať zákazníkov** prostredníctvom interakcie na Facebooku.

I STRATÉGIA

Komunikáciu sme odštartovali **naliehavou výzvou**, čím sme vyvolali zvedavosť a očakávanie verejnosti a novinárov.

FunFón sme polohovali do role odvážneho operátora, ktorý nechá svojich zákazníkov rozhodnúť o tom, koľko budú platiť za jeho služby.

Využili sme tému **jednocentoviek, ktorá fantasticky zafungovala hlavne v prípade natívnej reklamy**.

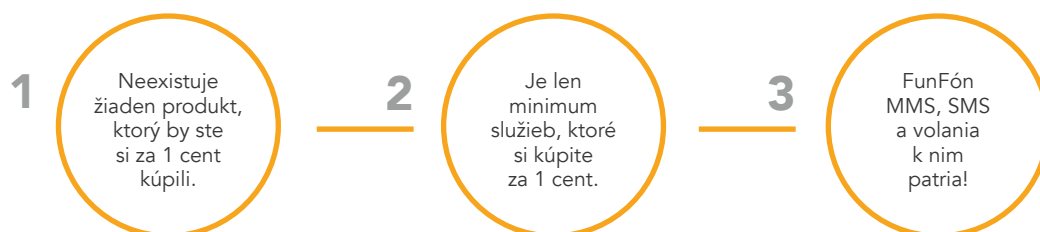
Poukázali sme na to, že ľudia vnímajú **1 cent ako nulovú hodnotu**, za ktorú si nič nekúpia, avšak **v prípade FunFónu a jeho novej ponuky to tak nie je**, keďže za 1 cent **môžu volať, posilať SMS a MMS**.

I ZVOLENÉ NÁSTROJE:

Facebook, tlačové správy, PR články, natívna reklama.

I REALIZÁCIA

- V úvode sme zámerne **nastolili otázku**: „Podarí sa ľuďom znížiť pôvodnú cenu volaní, MMS a SMS aspoň na polovicu?“. V čase, keď bola táto cena 0,70 € a štvrtý operátor prišiel s cenou 0,40 €, naša formulácia okamžite zaujala verejnosť aj médiá.
- Znižovanie ceny na FB sa kvôli obrovskej interakcii ľudí ukončilo predčasne. Z tejto situácie sme komunikačne vyťažili a oznámili skvelú správu – Ľuďom sa extrémne rýchlo podarilo znížiť cenu volaní, SMS a MMS na **bezkonkurenčný 1 cent!**
- Aby sme predstavenie ponuky „**Centofka**“ zatraktívni, **v komunikácii sme využili prvok jednocentoviek** – pracovali sme s faktom, že:



- Otázku „**Čo si dnes môžete kúpiť za 1 cent?**“ sme položili ľuďom na Facebooku, v natívnej reklame, PR článkoch a v celorannej úlohe v Teleráne.

I VÝSLEDKY

- V období **od 7.10.2015 do 27.10.2015** sme zaznamenali **59 relevantných výstupov**, z toho 46 spontánnych a 13 generovaných.
- Zaujímavé spracovanie **natívnej reklamy na portáli fici.sk si všimli odborné médiá**, ktoré článok **označili za jednu z najlepších natívnych reklám roku 2015**.
- V krátkom čase sa nám podarilo vzbudiť záujem relevantných médií a verejnosti, udržať si ich pozornosť až do záverečného rozuzlenia. **Média** na svojich FB stránkach **burcovali zákazníkov**, aby spoločne **zrazili cenu až na nulu**.
- Príspevok s výzvou na FB mal vyše:

1 300 LIKES 753 KOMENÁROV 875 ZDIEĽANÍ

- Úderná komunikácia vzbudila **horúcu diskusiu** o cenách služieb FunFónu a konkurencie v podobe **množstva reakcií** pod uverejnenými postami na FB a pod desiatkami článkov.
- Nečakane rýchlou reakciou sme s **minimálnym budgetom** na komunikáciu vstúpili do masívnej kampane nového operátora, potvrdili pozicioning FunFónu ako odvážneho konkurenta a **prírodzene motivovali zákazníkov a novinárov** k porovnávaniu ponúk, **z ktorého FunFón vzišiel ako víťaz**.