

Mamkostany

Event PR

Slovenská sporiteľňa sa snaží
dlhodobo oslovovať

aj mladšiu cieľovku



práve preto má v portfóliu

Space účty pre mladých



tie sú plné benefitov, ktoré vyhovujú životnému štýlu mladých



→ **výbery zadarmo**



→ **appka s nájdením
bankomatu**

→ **cool dizajn**



banka promovala účty kampanou,
ktorej nosným motívom boli rozdiely medzi
účtami a rodičmi mladých





Uvedomili sme si, že mladým dnes nestačí
reklamnú kampaň iba ukázať!

Musia ju zažiť!





doplnili sme preto kampaň
o PR aktivity na eventoch,
odzrkadľujúcich životný štýl mladých

na Pohode
a Grape, ktoré
banka sponzoruje



každoročne má na nich **svoj stan**



problém však je, že nie je jediná



našou úlohou bolo prilákať do jej stanu,
čo najväčší počet mladých



iba tak sme mohli splniť cieľ
vyzbierať kontakty a zvýšiť priraditeľnosť
komunikácie ku značke

viete preto, aký bol rozdiel medzi
naším stanom
a všetkými ostatnými?

v našom neboli sexi hostesky



nebolo tam dokonca ani pivo!



a už vôbec nie žiadne celebrity



boli tam iba mamky, obyčajné starostlivé mamky

hostesky vo veku 45 - 55 rokov →



vytvorením mamkostanu sme dostali kampaň z papierových plagátov do reality

čím mladí zažili rozdiel medzi Space účtami
a rodičmi na vlastnej koži



mamky sa šli priam rozkrájať, aby sa v ňom mladí cítili ako doma





← varili im samé dobroty

dávali výchovné rady zadarmo →



← a dbali, aby na festivale nedostali úpal

problém však nastal,
ked' mladí chceli vreckové

Mamkomat

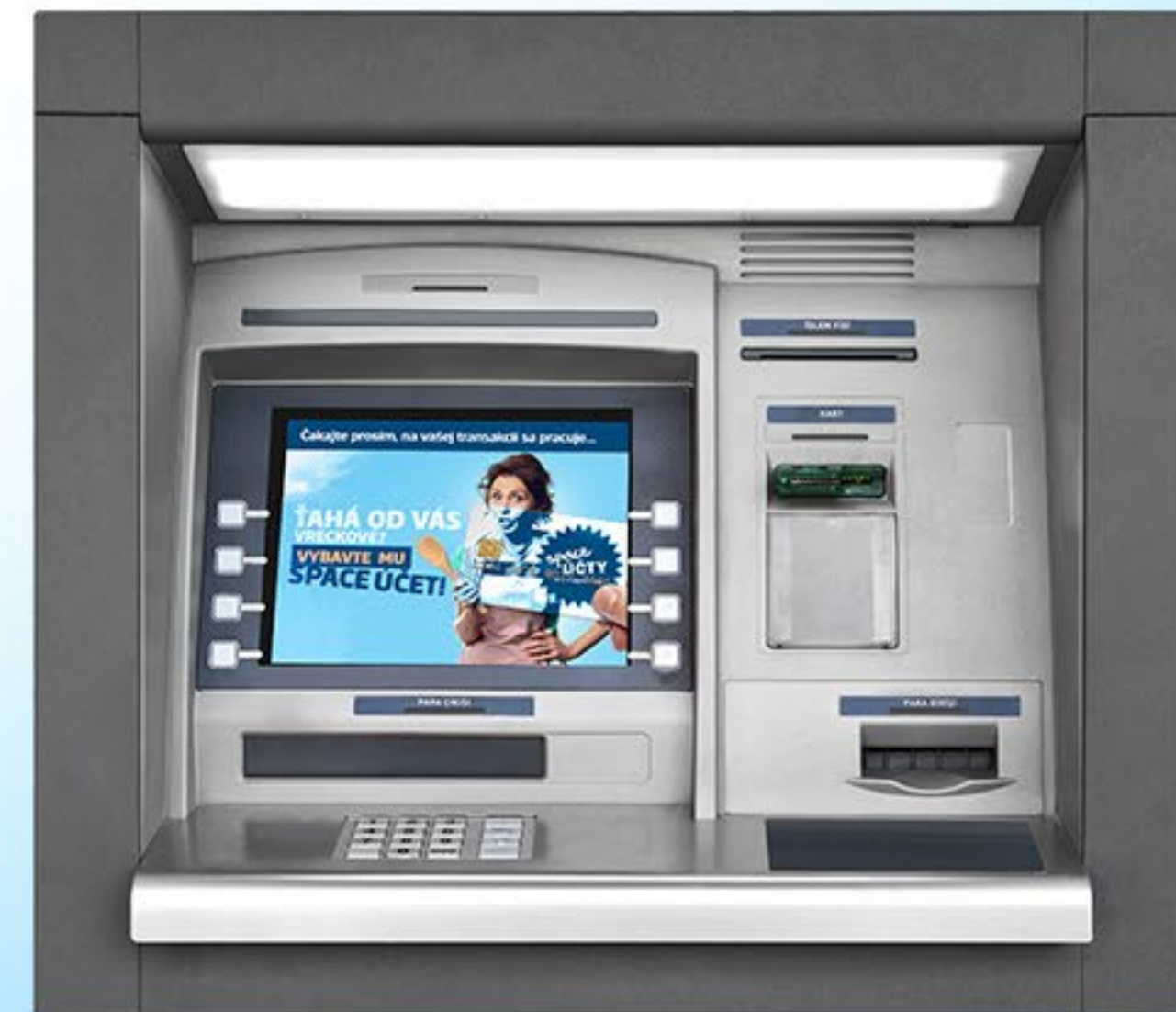


súčasťou stanu bol mamkomat

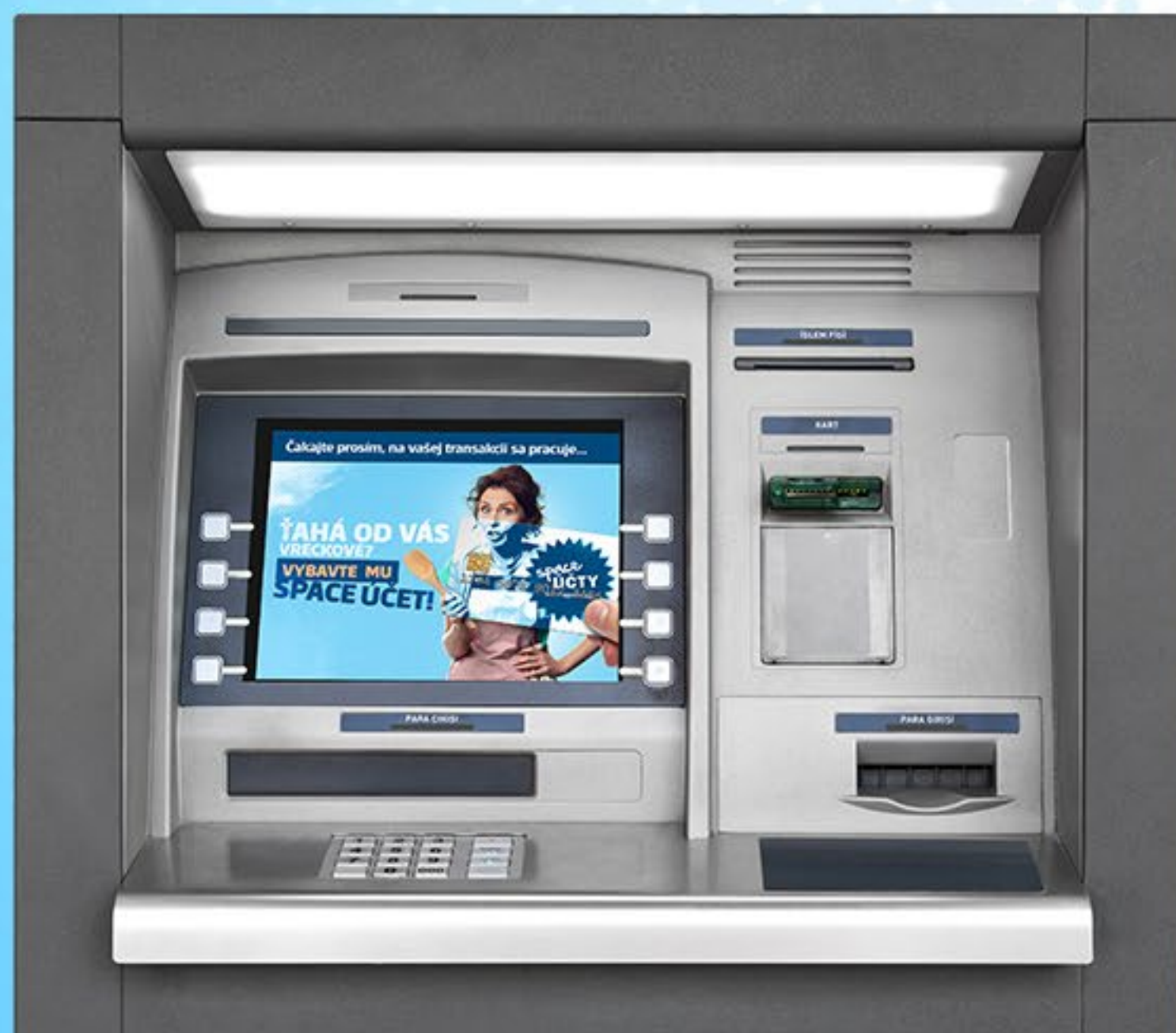
špeciálny bankomat, ktorý mal hlášky ako vaša mamka



Mamkomat



ak ste si chceli vybrať vreckové,
**bankomatová mamka s vami
interagovala a typicky vás „sekírovala“**



tu si vypočujte mamku →





a výsledek?

na festivale sme urobili happening, aký by tam mladí ani vo sne nečakali



s naším merchandisom sa potulovali po festivale a
a dobrovoľne nám tak robili reklamu



prilákali tým ďalších zvedavcov a mamkoston praskal vo švíkoch



za 2 dni sme vyzbierali
neuveriteľných
1331 kontaktov

a až 2x prekročili počet z minulého roka

Mamkomat vydal o 75 000 eur viac než bežný bankomat minulý rok



a čo je najlepšie:
na festivale sme priblížili
produkt k cieľovke
spôsobom, ako nikto predtým