

**experti
na Pohodu**

&

**SLOVENSKÁ
SPORITELŇA**

Insight

Žijeme v dobe kedy sa postupne zákaznícka skúsenosť a kontakt so značkou čím ďalej tým viac digitalizuje. Aj keď personalizovaná AI-riadená komunikácia má určite svoje benefity, nedokáže nahradiť plnohodnotný kontakt so živým človekom.

Podľa prieskumu Forbes z roku 2022 stále **86 %** zákazníkov preferuje **osobný kontakt** pred chatbotom a toto číslo sa od roku 2021 dokonca zvýšilo.

Idea

Výmena lístkov za náramky prebieha krátko pred festivalom, keď väčšina ľudí rieši čo, kde a kedy na Pohode zažiť. Zároveň pri výmene dochádza k osobnému kontaktu s bankárom SLSP a tento moment vieme využiť.

Z osobných bankárov urobíme na **pár dní expertov na Pohodu**, ktorí návštevníkom, ktorí si prídu vymeniť lístky na základe ich preferencií poradia, ktoré kapely nezmeškať a aké prednášky a iné aktivity si zapísať.

Stratégia

Tým vytvoríme **silný PR moment** ktorý bude unikátny v dobe, kde sú ľudia presýtení automatizovanými riešeniami. Pohoda je však predsa **o ľuďoch** a osobné bankovníctvo takisto. Naš moment a celá kampaň budú založené na **osobnom kontakte**. Zároveň dáme osobným bankárom do rúk skvelý icebreaker s potenciálnymi klientami, ktorý môžu využiť na vytvorenie obchodnej príležitosti.

Celú aktivitu potom podporíme v **online médiách**, kde budeme komunikovať hlavné posolstvo. To pozostáva jednak z informácie, že na vybraných pobočkách si môžu návštevníci festivalu vymeniť lístok za náramok a taktiež, že z bankárov Slovenskej sporiteľne sa v tom čase stanú experti na Pohodu.

Spojíme tak silný zákaznícky insight s užitočnou službou, ktorá má potenciál priniesť nielen pozitívnu zákaznícku skúsenosť ale aj obchodné výsledky.