

Východiskové body a situácie

Slovenská sporiteľňa je moderná, digitálna a inovatívna banka, ktorá je hlavným partnerom festivalu Pohoda už štrnásť rok. SLSP prináša na trenčianske letisko inovatívne riešenia, ktoré oceňujú najmä mladí, aktívni a moderní ľudia.

Okrem platobnej pohody ponúka SLSP účastníkom festivalu riešenia "šité na mieru". Ani tento rok nebudú musieť strácať drahocenný festivalový čas čakaním v rade na náramky a vďaka tomu si môžu užiť viac zážitkov.

Ciele:

- Vytvoriť personalizovaný zážitok na pobočke banky pred festivalom POHODA.
- Vytvoriť kreatívnu komunikačnú stratégiu so zameraním komunikácie benefitu výmenný lístka za náramok už na pobočke banky.
- Poukázať na inovácie, pohodlné a moderné riešenia banky pre každý typ osoby (návštevníka festivalu, klienta aj neklienta banky - moderného a aktívneho človeka)

Stratégia:

Využitím optimálneho mixu vhodných komunikačných nástrojov s ohľadom na zacielenie cieľových skupín sme sa rozhodli využiť komunikáciu primárne v online prostredí cez online médiá s podporou komunikácie na sociálnych sieťach banky a festivalu Pohoda. Mediálne spolupráce sú navrhnuté v troch komunikačných líniách tematicky.

Na podporu komunikačnej stratégie navrhujeme spoluprácu s influencermi vybraných podľa charakteristík jednotlivých persón.

Vybrané médiá na spoluprácu: Refresher, Startitup, Stratégie/Braineer a Aktuality (s využitím potenciálu špeciálnych formátov ako video formáty, natívne formáty, rozhovory a pod.)

Témy sme rozdelili do troch komunikačných línií:

- Nosné témy - špecifikujú komunikáciu jednotlivých persón (podľa cieľových skupín)
- Sekundárne témy - sústreďujú sa na komunikáciu jednotlivých cieľov komunikácie
- Ďalšie mediálne príležitosti - follow up komunikácie

Kreatívna idea: „Vyčnievaj z davu, nie z radu“

Vytvorili sme štyri základné persóny jednotlivých účastníkov festivalu, ktoré sú na mieru špecifikované aj pre dané cieľové skupiny komunikačnej stratégie. Vďaka charakteru jednotlivých persón a sprievodným aktivitám, ktoré sú na persóny naviazané budú môcť účastníci festivalu - "vyčnievať z davu, nie z radu".

Exekúcia:

- Platené spolupráce s vybranými médiami
- Platené spolupráce s vybranými influencermi
- Pred - festivalový zážitok na pobočkách - Chill out zóna "Malá Pohoda"