



PRIHLÁŠKA BUDÚCNOSŤ NA SLOVENSKU

PRIHLASOVATEĽ

Fakturačné údaje

Názov	Zaraguza, s. r. o.
Adresa	Turbínová 13, 831 04 Bratislava
IČO	44399022
DIČ	2022713715
IČ DPH	SK2022713715

Prihlasovateľ 1

Názov	Zaraguza
Link na webstránku	https://www.zaraguza.com/
Miesto podnikania	Turbínová 13, 831 04 Bratislava
Sieť	Communication Group, a.s.
Materská spoločnosť	WPP

Prihlasovateľ 2

Názov	Slovenská sporiteľňa
Link na webstránku	www.slsp.sk
Miesto podnikania	Tomášikova 48, 832 37 Bratislava
Sieť	Erste Group
Materská spoločnosť	Erste Group Bank AG

NÁZOV PRIHLÁŠKY

Budúcnosť na Slovensku

TRVANIE

Od: 2022-04-22

Do: 2022-08-21

KATEGÓRIA

Finančné služby

POPIS

Ako reakciu na krízu v spoločnosti spustila Slovenská sporiteľňa v roku 2021 komunikačnú platformu "Budúcnosť je vaša", ktorej cieľom je inšpirovať k optimistickému pohľadu na budúcnosť v našej krajine.

V kampani Budúcnosť na Slovensku sme otvorili spoločenskú tému odlivu mozgov. Archetypálny príbeh o návrate strateného syna, ktorý sa vracia na Slovensko kvôli rodine a vlastnému podnikaniu, prepojil brandovú s taktickou produktovou komunikáciou.

V sledovanom období sa kampaň stala najznámejšou a najoptimistickejšou komunikáciou na bankovom trhu. Priniesla zároveň rekordné biznisové výsledky - viac ako 9 000 otvorených účtov mesačne.

SITUÁCIA

Slovenská sporiteľňa je lídrom na bankovom trhu a roky ako líder vystupuje. V roku 2018 predstavila inovatívnu bankovú aplikáciu George, zrušila billboardy a začala povzbudzovať Slovákov k sebedovetiu prostredníctvom konceptu #mamnato s Matejom Tóthom. V roku 2020 Slovenská sporiteľňa spolu so svojou nadáciou vyčlenili jeden milión eur na pomoc v boji s pandémiou koronavírusu.

V roku 2021 sa však situácia na Slovensku ešte zhoršila. Únava z pandémie znásobená zmätkom, ktorý do ťažkej situácie vnášali politici, spôsobila, že sa Slováci v Eurobarometri prepadli k najväčším pesimistom v regióne a majú strach z budúcnosti. Vedeli sme, že ľudia zažívajú ťažké časy a situácia sa rýchlo nezlepší. Chceli sme, aby ľudia nehľadeli len na prítomnosť, ale pozerali sa na budúcnosť Slovenska s optimizmom. Ako reakciu na krízu v spoločnosti vznikol koncept Budúcnosť je vaša. V čase, keď sme pripravovali kampaň Budúcnosť na Slovensku sa však udialo niečo, čo si nikto z nás nevedel predstaviť - Rusko napadlo Ukrajinu, prišli k nám státisíce Ukrajincov, západný svet čelí vysokej inflácii, ceny výrazne rastú aj na Slovensku, a nálada v našej krajine je naďalej podmíňovaná vrtochmi politikov. Dôvodov na optimizmus teda rozhodne nepribudlo.

CIEĽOVÁ SKUPINA

CIELE

1. Komunikačné ciele: najvyššia spontánna znalosť reklamy na trhu
2. Marketingové ciele: nárast brandových atribútov, ktoré hovoria, že banke záleží na budúcnosti v našej krajine a inšpiruje k optimizmu
3. Biznisové ciele: zvýšiť počet otvorených účtov. Naplniť celoročnú ambíciu Slovenskej sporiteľne otvoriť 100 tisíc účtov za rok 2022, čo znamená otvoriť 8 333 účtov za mesiac.

STRATÉGIA

Stratégia značky

Lídorské značky reagujú na atmosféru v spoločnosti a neboja sa ukázať svoj názor. Novým konceptom "Budúcnosť je vaša" sme sa rozhodli inšpirovať k optimistickému pohľadu na budúcnosť v našej krajine.

Úvodná brandová kampaň so Žofiou predstavila nový naratív Slovenskej sporiteľne a pripravila nám pôdu pre ďalšie kampane s produktovou ponukou.

V jarnej kampani sme potrebovali využiť znalosť kampane na predaj základného bankového produktu - účtov.

Insight

Pre budúcnosť krajiny sú dôležití mladí, talentovaní ľudia. Svoju budúcnosť na Slovensku si však mnoho z nich nevie predstaviť. Za posledných 15 rokov odišlo zo Slovenska viac ako 300.000, prevažne mladých ľudí. Podľa prieskumov medzi najčastejšie dôvody návratu na Slovensko patrí rodina a túžba zmeniť Slovensko k lepšiemu.

Posolstvo

Slovenská sporiteľňa je pripravená podporiť osobné aj podnikateľské plány ľudí, ktorí veria v budúcnosť na Slovensku. Chceme mladých motivovať, aby sa realizovali na Slovensku a vrátili sa domov.

Exekúcia

V storytellingu sme využili archetypálny príbeh o návrate strateného syna, ktorý sa vracia na Slovensko kvôli rodine a vlastnému podnikaniu. Zmenili sme tak paradigmu komunikácie a prvýkrát v histórii banka komunikovala rovnaký naratív na B2C aj B2B klientov.

Brandový spot sme upravili aj do kratšej produktovej verzie, kde sme promovali otvorenie účtu cez mobil. V digitále sme paralelne spustili kampaň na otvorenie firemných účtov, kampaňový naratív sme tak monetizovali na retailovú aj podnikateľskú cieľovú skupinu.

Tému návratu na Slovensko sme v médiách podporili exkluzívnym prieskumom Slovenskej sporiteľne, ktorý predstavil spoločenský problém odlivu mozgov. Iba tretina študujúcich v zahraničí má jasno v tom, že sa chce vrátiť domov, čo je alarmujúce číslo.

Aby sme ukázali Slovákom, že žiť a podnikáť na Slovensku má zmysel, umiestnili sme na Times Square v New Yorku digitálny billboard, čím sme vytvorili mediálne momentum. Za jednu hodinu na Times Square v cene titulky slovenského printu sme získali 200.000 videní na sociálnych sieťach.

Storytelling banky sme naplnili aj sorydoingovými aktivitami. Slovenská Sporiteľňa sprostredkovala stáže s portálom Growni, výber zaujímavých voľných pracovných pozícií na Profesii a prepojila ľudí so slovenskou startupovou scénou cez Innovate Slovakia. Začínajúcim podnikateľom sme odporučili program na rozbeh podnikania od Slovenskej sporiteľne.

V rámci kampane sme ponúkli ľuďom lacné letenky zo zahraničia na Slovensko. Pridali sa aj Železnice a darovali lístky na vlak.

BIG IDEA

IMPLEMENTÁCIA IDEY

ROZPOČET

nad 500.001 EUR

MEDIAMIX

Online	19%
Display + iVideo	11%
Social, sociálne siete	4%
PPC/Search	4%
OOH	9%
CLV	3%
Ostatné veľkoformátové a neštandardné plochy	6%
TV	67%
Klasické komerčné spoty v breaku	67%
Radio	5%
Klasické spoty a čítané oznamy	5%

VÝSLEDKY

V sledovanom období sa kampaň stala spontánne najznámejšou a najoptimistickejšou komunikáciou na bankovom trhu.

Atribút Banke záleží na budúcnosti krajiny narástol o 12% a Future fit o 7%.

Kampaň zároveň priniesla rekordné biznisové výsledky - Slovenská sporiteľňa počas kampane otvorila rekordných 45 390 osobných účtov. Ambiciózný biznisový cieľ naplnila na 109%.

Firemných účtov sme v sledovanom v období apríl-august 2022 otvorili 5158, čo predstavuje 23% nárast oproti rovnakému obdobiu roku 2021.

To všetko pri rovnakom marketingovom rozpočte ako má Slovenská sporiteľňa už niekoľko rokov.

Pre lepšie porovnanie uvádzame produktovú ponuku osobných účtov Slovenskej sporiteľne a konkurencie:

Slovenská sporiteľňa - účet na 12 mesiacov bez poplatku, bonus 60€

ČSOB - účet bez poplatku, bonus 75€

Tatra Banka - účet na 36 mesiacov bez poplatku, bonus 120 €

POTVRDENIE VÝSLEDKOV

[LDFYzBgb_SLSP-EFFIE-Buducnost-na-Slovensku-Vysledky.pdf](#)

INFORMÁCIE

Akokoľvek úspešná kampaň nedokáže zmeniť politickú a ekonomickú situáciu na Slovensku. Slovenská Sporiteľňa však vďaka kampani dostala pozvanie byť súčasťou diskusie o brandingu krajiny na konferencii Slovak Global Network. Šlo o prvé stretnutie networku združujúceho Slovákov s ambíciou posunúť našu krajinu vpred, vrátane Slovákov žijúcich v zahraničí. Na konferencii vystúpila aj prezidentka Zuzana Čaputová a premiér Eduard Heger. CEO Slovenskej sporiteľne Peter Krutil diskutoval v hlavnom paneli na kľúčovú tému - odlivu mozgov a stal sa tak súčasťou jednej z najdôležitejších debát o budúcnosti Slovenska.

LESSON LEARNED

UKÁŽKA KREATÍVY

[Y8VqjtoI_EFFIE-Buducnost-na-Slovensku-case-study.mp4](#)

[Vyskumna_Buducnost_Zara_pre_SLSP.pdf](#)

POTVRDENIE ÚDAJOV

Správnosť klienta

[UPZTJHSo_EFFIE_2022_Potvrdenie_klient.pdf](#)

Správnosť agentúry

[jtZILvLH_EFFIE 2022- CONFIRMATION FROM THE RESEARCH AGENCY.pdf](#)

Správnosť mediálky

[F6Y1Xcue_EFFIE-2022-Potvrdenie-medialna-agentura.pdf](#)



PRIHLÁŠKA BUDÚCNOSŤ NA SLOVENSKU

KREDITY - AGENTÚRA

Strategy director / Strategy planner	Pavol Minár
Copywriter	Karin Hornáčková, Matej Sekerka, Ondrej Kořínek
Creative Director	Ondrej Kořínek, Martin Ondrušek
Art director	Martin Ondrušek, Andrej Nemček
Account Director / Account	Marek Kabát, Ivana Fertáľová, Soňa Kapráľová
Iní	Martin Rajec, Lucia Peterková, Dominika Turcerová, Oliver Boďo

KREDITY - KLIENT

Marketing manager / Marketing director	Peter Holík, Drahomíra Juríková
Brand manager	Rastislav Benka
Iní	

KONTAKTNÁ OSOBA - AGENTÚRA

Meno a priezvisko	Patrícia Reichlová
Email	patricia.reichlova@zaraguza.com
Telefónne číslo	+421 902 799 721

KONTAKTNÁ OSOBA - KLIENT

Meno a priezvisko	Peter Holík
Email	holik.peter@slsp.sk
Telefónne číslo	+421 903 460 651