



PRIHLÁŠKA

APLIKÁCIA AHOJ NIVY! ROZPOZNATEĽNOSŤ ZNAČKY OBCHODNÉHO CENTRA NA ZÁKLADE KOMUNIKÁCIE PROSTREDNÍCTVOM MOBILNEJ APLIKÁCIE.

PRIHLASOVATEĽ

Fakturačné údaje	
Názov	DataConcept, s.r.o.
Adresa	Prievozska 4D, Bratislava 82109
IČO	50 02 34 97
DIČ	2120151869
IČ DPH	SK 21 20 15 18 69
Prihlasovateľ 1	
Názov	DataConcept, s.r.o.
Link na webstránku	https://dataconcept.digital/
Miesto podnikania	Slovensko
Sieť	Nezávislá
Materská spoločnosť	Kreator group, a.s.
Prihlasovateľ 2	
Názov	HB Reavis Group s. r. o.
Link na webstránku	https://nivy.com/
Miesto podnikania	EÚ
Sieť	Nezávislá
Materská spoločnosť	HB Reavis Group s. r. o.

NÁZOV PRIHLÁŠKY

Aplikácia Ahoj Nivy! Rozpoznateľnosť značky obchodného centra na základe komunikácie prostredníctvom mobilnej aplikácie.

TRVANIE

Dlhodobý koncept

KATEGÓRIA

Digital



PRIHLÁŠKA

APLIKÁCIA AHOJ NIVY! ROZPOZNATEĽNOSŤ ZNAČKY OBCHODNÉHO CENTRA NA ZÁKLADE KOMUNIKÁCIE PROSTREDNÍCTVOM MOBILNEJ APLIKÁCIE.

POPIS

Klient HB Reavis sa rozhodol prerobiť starú autobusovú stanicu Nivy na nové komunitné miesto s názvom Nivy centrum. Tento projekt na jednom mieste združuje Zelenú strechu, Tržnicu, Food court, Nákupné centrum a Autobusovú stanicu. Keďže sa obchodné centrum otváralo v období prísnych opatrení súvisiacich s novým koronavírusom, bolo dôležité nájsť spôsob ako čo najefektívnejšie odkomunikovať benefity, ponuku, prevádzky, ako aj značku a motiváciu pre návštevu nového obchodného centra v Bratislave. Za primárny komunikačný kanál s cieľom dosiahnuť vytýčenú návštevnosť sme v rámci stratégie zvolili spolu s klientom mobilnú aplikáciu.

SITUÁCIA

Brány Nivy centra boli otvorené ako 13. v poradí v Bratislave. Výsledky prieskumu Go4Insight potvrdzujú, že pred otvorením bola spontánna znalosť Nív spomedzi nákupných centier na úrovni 0,8 % a podporená znalosť 39 % - najnižšia v rámci menovaných.

Vysoký počet nákupných centier tak predstavoval neľahkú situáciu pre Nivy centrum na získanie sympatií a zároveň vytvoreniu čo najväčšieho počtu pravidelných návštevníkov využívajúcich jednotlivé časti centra. Okrem vysokého počtu nákupných centier postihla osud Nivy centra omnoho väčšia hrozba - lockdown počas pandémie COVID-19, ktorý zabráňoval akýkoľvek vstup návštevníkov do centra za iným účelom ako prechod do autobusovej stanice.

Ako v tejto situácii pomôcť Nivy centru s dosahovaním kvantitatívnych a kvalitatívnych cieľov? Zaradením mobilnej aplikácie Ahoj Nivy! do komunikačného mixu so základom v personalizovanej komunikácii na úrovni unikátneho užívateľa v čase, keď je najnáchylnejší na akceptovanie komunikačného posolstva. Zároveň využiť získané dáta na základe interakcií používateľa v aplikácii na jeho zaradenie do segmentov a publik využívajúcich v ďalších kanáloch komunikačného mixu.

Mobilná aplikácia nám dáva príležitosť priamej komunikácie na základe informácií o správaní sa zákazníka v online aj offline svete. Vernostný program určuje zákaznícke preferencie a motivácie. Kombináciou zákazníckych atribútov sme boli schopní vytvoriť individuálnu zákaznícku skúsenosť.

Prieskum Go4insight potvrdil, že pri zákazníkoch, s mobilnou aplikáciou je rozpoznateľnosť značky 4-krát vyššia. Taktiež je potrebné poukázať na 2,5 až 3-krát vyššiu pravdepodobnosť, že Nivy sú prvé centrum, ktoré navštívia a míňajú v ňom najviac peňazí.

CIEĽOVÁ SKUPINA



PRIHLÁŠKA

APLIKÁCIA AHOJ NIVY! ROZPOZNATEĽNOSŤ ZNAČKY OBCHODNÉHO CENTRA NA ZÁKLADE KOMUNIKÁCIE PROSTREDNÍCTVOM MOBILNEJ APLIKÁCIE.

CIELE

Akvízia a priama komunikácia mobilnej aplikácie mala využiť moment uvedenia Nivy centra na trh, aby zlepšila postavenie medzi konkurenčnými nákupnými centrami a pôsobila ako prvok unikátnosti.

KPI za 12 mesiacov od otvorenia:

- Počet stiahnutí aplikácie mal cieľ 65.000 stiahnutí s výsledkom 80.812. Prekročili sme cieľ o 24,32%.
- Počet aktívnych používateľov aplikácie mal cieľ 50% zo všetkých stiahnutí s výsledkom 53%. Prekročili sme cieľ o 6%
- Vplyv komunikácie v aplikácii na návštevnosť centra mal cieľ 5%. Výsledok kampaní je 20% Prekročili sme cieľ o 300%

PRIHLÁŠKA

APLIKÁCIA AHOJ NIVY! ROZPOZNATEĽNOSŤ ZNAČKY OBCHODNÉHO CENTRA NA ZÁKLADE KOMUNIKÁCIE

PROSTREDNÍCTVOM MOBILNEJ APLIKÁCIE.

STRATÉGIA

3 základné kroky:

1. Stiahnutie si aplikácie

Primárny cieľ bol počet stiahnutí = 65.000. Výsledkom bolo 80.812 stiahnutí a teda 24,32% navýšenie.

a) využitie štandardných PPC kanálov, ktoré mala na starosti spoločnosť PS:Digital predstavovalo približne 50% z celkových stiahnutí aplikácie.

b) Publikum, ktoré neprešlo štandardným procesom stiahnutia, sme použili na maximalizáciu konverzie zvyšnými kanálmi. Využili sme custom audiences pre zobrazovanie dynamického obsahu webu, zaradenie do mailing listu a následný lead nurturing proces a web browser push notifikáciu. Všetky komunikačné kanály boli prepojené a reagovali na interakciu individuálneho anonymného zákazníka a rozhodovací strom určoval najefektívnejšiu cestu zákazníka ku konverzii. Takto sme dosiahli ďalších 50% stiahnutí bez využitia mediálneho rozpočtu.

2. Tvorba aktívnych používateľov

Sekundárny cieľ bol 50% aktívnych používateľov (z celkového počtu stiahnutí). Výsledkom bolo navýšenie o 6%.

A) Vytvorili sme centrálny riadený onboarding po stiahnutí aplikácie, ktorý využíva 23 samostatných procesov komunikácie v rôznych formách tak aby automatizovane spúšťal komunikáciu na používateľa podľa pozitívnej alebo negatívnej interakcie s aplikáciou. Všetky komunikačné scenáre sú založené na súbore pravidiel a podmienok vyplývajúcich zo správania sa používateľa v reálnom čase. Výsledkom onboardingu je návyk na používanie aplikácie, funkcionality, benefitov a získanie povolení na komunikáciu.

B) Vytvorili sme vernostný program zbierania bodov na dosiahnutie levelu a odmeny podľa preferencie na základe dát v mobilnej aplikácii. Zber bodov a ich premena na odmenu motivujú návštevníka na vyzdvihnutie priamo v obchodnom centre, čím podporuje návštevnosť. Každá interakcia v aplikácii sú dáta, ktoré v databáze vytvárajú segmentovanú alebo individuálnu ponuku pre používateľa.

3. Návštevnosť Nivy Centra

Terciálnym cieľom bolo dosiahnuť 5% konverziu návštevy na základe zaslanej komunikácie. Až 20 % oslovených sa objavilo v prostredí Nivy centra do 24 hodín, čím sme presiahli stanovaný cieľ o 300 %.

1. Odmeny vo vernostnom programe: zbieranie bodov počas používania v čase návštevy Nivy centra je možné vymeniť za hodnotné odmeny. Dostupné odmeny v aplikácii sú výsledkom dohody medzi zástupcami Nivy centra a nájomcami obchodných priestorov. Ponúkané benefity boli distribuované priamou komunikáciou na používateľa na základe preferencií a dát v aplikácii.

2. Motivácia na zapojenie sa do diania v centre: Okrem tejto funkcionality bol obsah aplikácie aktualizovaný o informácie z diania v centre. Šlo o výhodné ponuky pri nákupe v obchodných prevádzkach, podujatia v centre alebo interaktívne súťaže v prostredí mobilnej aplikácie. Príklady komunikačných kampaní sú súčasťou poskytnutého videa.

PRIHLÁŠKA APLIKÁCIA AHOJ NIVY! ROZPOZNATEĽNOSŤ ZNAČKY OBCHODNÉHO CENTRA NA ZÁKLADE KOMUNIKÁCIE PROSTREDNÍCTVOM MOBILNEJ APLIKÁCIE.

BIG IDEA

IMPLEMENTÁCIA IDEY

ROZPOČET

od 60.001 do 150.000 EUR

MEDIAMIX

Online	50%
Display + iVideo	20%
Social, sociálne siete	15%
PPC/Search	15%
Direct	50%
Direct marketing	50%

VÝSLEDKY

1. Návštevnosť obchodného centra na základe komunikácie v mobilnej aplikácii. Cieľ: 5%, Výkon: 20%, Výsledok: + 300% (Industry rate: 12%)

2. Aktívny návštevníci obchodného centra zo všetkých registrovaných. Cieľ: 25%, Výkon: 44%, Výsledok: +76%

3. Nivy je centrum, ktoré mi napadne ako prvé: Celkovo: 6%, Používatelia mobilnej aplikácie: 26%, Výsledok: 4,2x viac

POTVRDENIE VÝSLEDKOV

[W0XiBEX6_Potvrdenie vysledkov_EFFIE 2022.pdf](#)

PRIHLÁŠKA

APLIKÁCIA AHOJ NIVY! ROZPOZNATEĽNOSŤ ZNAČKY OBCHODNÉHO CENTRA NA ZÁKLADE KOMUNIKÁCIE PROSTREDNÍCTVOM MOBILNEJ APLIKÁCIE.

INFORMÁCIE

Vypracovaný prieskum od Go4Insight a získané dáta nám potvrdili splnenie cieľa „Zvýšenie rozpoznateľnosti značky používateľov po registrácii v mobilnej aplikácii Ahoj Nivy!“. Používatelia aplikácie majú takmer 4-krát vyššiu rozpoznateľnosť značky oproti používateľom, ktorí ju nepoužívajú. Zároveň pri týchto používateľoch sledujeme takmer 3-krát vyššiu pravdepodobnosť, že Nivy centrum sú prvé centrum, ktoré navštívia a míňajú v ňom aj najviac peňazí. Znamená to, že aktívni používatelia aplikácie majú okrem lepších „soft indikátorov“ aj vyššiu pridanú hodnotu v oblasti monetizácie.

Otázka Celkovo Aktívne využíva appku Rozdiel

NIVY je centrum, ktoré mi napadne ako prvé 6% 26% 4,2x

NIVY je centrum, ktoré navštívim ako prvé 16% 39% 2,6x

NIVY je centrum, kde míňam najviac peňazí 14% 35% 3,1x

Mesačná návštevnosť nákupných centier na Slovensku podľa prieskumu CBRE bol v roku 2020 priemerne 245 000 návštevníkov mesačne a 2 940 000 návštevníkov ročne. Celkový počet návštevníkov Nivy centra sme pre dosiahnutie najčistejších výsledkov očistili o počet návštevníkov, ktorí využili východ smerujúci do autobusovej stanice. V období 14.10.2021-30.9.2022 (14 dní od otvorenia centra neboli dostupné dáta o návštevnosti) bol počet návštevníkov Nivy centra až 6 280 000, čo je viac ako dvojnásobok priemernej návštevnosti nákupných centier z roku 2020.

LESSON LEARNED

UKÁŽKA KREATÍVY

[K797tqXz_NIVYapp_presentation_EFFIE2022.mp4](#)

[vnmPAAdg2_Ahoj Nivy!_vs2.pdf](#)

[RD4WJPb6_Ukazka kreativy.pdf](#)

POTVRDENIE ÚDAJOV

Správnosť klienta

[joxqwr7p_Potvrdenie klient_EFFIE 2022.pdf](#)

Správnosť agentúry

[98QK5fBQ_EFFIE_2022_Potvrdenie_vyskumna_agentura.doc.pdf](#)

Správnosť mediálky

[43_medialka.pdf](#)



PRIHLÁŠKA

APLIKÁCIA AHOJ NIVY! ROZPOZNATEĽNOSŤ ZNAČKY OBCHODNÉHO CENTRA NA ZÁKLADE KOMUNIKÁCIE PROSTREDNÍCTVOM MOBILNEJ APLIKÁCIE.

KREDITY - AGENTÚRA

Strategy director / Strategy planner	Igor Tittel, Strategy architect
Copywriter	Zuzana Čepcová, CX consultant
Creative Director	Branislav Kohl, CEO&Partner
Art director	Martin Trubíni, CTO
Account Director / Account	Dominika Macáková, Account manager
Iní	Simona Miková, Data scientist

KREDITY - KLIENT

Marketing manager / Marketing director	Marek Schweigert, Group Marketing Manager
Brand manager	
Iní	Peter Terpak, Group Marketing & PR Director

KONTAKTNÁ OSOBA - AGENTÚRA

Meno a priezvisko	Bibiána Tunegová
Email	bibiana.tunegova@dataconcept.sk
Telefónne číslo	+421905663926

KONTAKTNÁ OSOBA - KLIENT

Meno a priezvisko	Marek Schweigert
Email	marek.schweigert@hbreavis.com
Telefónne číslo	+421918459897