

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

S mAppkou na cestách

Koncept: původní

Rozpočet: 400.000,- Kč

V případě udělení ocenění mám zájem o marketingovou prezentaci projektu v rámci dalších aktivit APRA (např. na konferenci PR SUMMIT): Ano

Projekt byl navržen a proveden pro:

mBank

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ewing Public Relations, s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Digital & social media

Oborové kategorie:

II.1 Finanční trh a finanční služby, II.9 Přeshraniční projekty

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Ondřej Píša

Funkce: Account Manager

Firma/organizace: Ewing Public Relations, s.r.o.

Ulice: Jankovcova 1603/47a

Město: Praha 7

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 603 430 730

Fax:

E-mail: hruskova@ewingpr.cz

Seznámil/a jsem se s pravidly a souhlasím s nimi:

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Ewing Public Relations, s.r.o.

Ulice: Jankovcova 1603/47a

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 49712331

DIČ: CZ49712331

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

mBank potřebovala zvýšit počet klientů, kteří by používali mobilní platby. Proto jsme spojili bývalé Československo v kampani s mAppkou na cestách. Dva travelbloggeri se vypravili objevovat to nejlepší ze sousední země, přičemž museli platit pouze mobilem. Výsledkem dvoutýdenní kampaně byl 19,5% nárůst počtu klientů využívajících mobilní platby v Česku, a dokonce 30,6% nárůst na Slovensku!

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

mBank nabízela svým klientům v Česku a na Slovensku službu Google Pay, která umožňuje bezkontaktně platit jen přiložením mobilu k terminálu. Ačkoli byla mezi prvními bankami na obou trzích, které tuto službu poskytly, počet uživatelů i přes podporu v tradičních kanálech (direct mail, sociální sítě, web) rostl pomalu. Naším úkolem tak bylo připravit on-line kampaň, která názorně představí benefity služby: praktičnost, jednoduchost a bezpečnost. A tím zvýší počet klientů využívajících mobilní placení.

Strategie:

Češi a Slováci jsou lídři bezkontaktního placení (65 % všech provedených plateb kartou je bezkontaktních) a zároveň jsou fanatici do cestování. Mobilita se tak pro nás stala hlavním symbolem. Vzali jsme v potaz následující data: 60 % Čechů a Slováků tráví dovolenou v tuzemsku a zároveň 60 % obyvatel těchto zemí provozuje nějaký typ fyzické aktivity aspoň třikrát týdně. Mezi nejpobulárnější sporty patří turistika, cyklistika, běhání a plavání – tedy hlavně outdoorové aktivity. Kromě cestování jsme využili i zdravé rivalitu mezi Čechy a Slováky.

Vybrali jsme dva influencery, kteří odpovídali positioningu a hodnotám mBank, kterými jsou mobilita nebo efektivní řešení. Dalším důležitým faktorem byla skladba jejich followerů, protože jsme chtěli co nejvíce zasáhnout skupinu s velkým potenciálem růstu (ženy 20-34 let). Pro bloggery jsme připravili česko-slovenskou výzvu.

Nástroje a aktivity

Nejprve jsme zahráli na notu patriotismu a zeptali jsme se fanoušků v Česku a na Slovensku, kterými zážitky ve své zemi by se pochlubili sousedům. Česká bloggerka Weef a slovenský blogger Milan Bezmapy pak vyrazili na dvoutýdenní cestu, zažít to nejlepší ze sousední země. Podmínkou bylo, že museli za vše platit jen mobilem. Videá, fotky, stories, blogové články na webu – to vše přirozeně ukázalo, jak jednoduché a bezpečné je placení pomocí mobilní aplikace mBank. K distribuci obsahu jsme zvolili kanály s největším dopadem, tedy Facebook, Instagram a YouTube. A to jak profily mBank, tak profily influencerů. Obsahovou kampaň jsme podpořili i kviziční soutěží: každý, kdo aspoň jednou zaplatil mobilem, se dostal do slosování o 8 x 15 000 Kč (respektive 8 x 500 EUR na Slovensku).

Výsledky:

Kampaň zasáhla milion uživatelů sociálních sítí v Česku a 700 tisíc na Slovensku (pro srovnání, mBank má na sociálních sítích průměrný dosah 390 000 uživatelů v Česku a 175 000 na Slovensku). Počet reakcí v Česku vzrostl o 260 % oproti průměru, a dokonce o 400 % na Slovensku. Nejdůležitější ale byl nárůst počtu uživatelů mobilního placení službou Google Pay. V Česku jsme během kampaně dosáhli nárůstu 19,5 % a na Slovensku 30,6 %.

Weblinky:

<https://www.mbank.cz/blog/post,840,prvni-tyden-cesty-po-slovensku-projizdka-na-wakeboardu-i-koupel-v-pive.html>,
<https://www.mbank.cz/blog/post,842,druhy-tyden-cesty-po-slovensku-letani-ve-vevtrnem-tunelu-i-virtualni-realita.html>,
<https://www.mbank.sk/blog/post,865,na-cestech-ceskom-bez-hotovosti-no-len-s-nabijackou.html>,
<https://www.mbank.sk/blog/post,868,na-cestech-ceskom-bez-hotovosti-no-len-s-nabijackou-druha-cast.html>, <https://youtu.be/1HZsPKQCSKI>,
https://youtu.be/_z0NQWe8vv0, <https://youtu.be/LRV80pdWunM>, <https://youtu.be/eK91tEpNMiw>