

Zabíte nudu počas karantény a natočte spot pre 365.bank!

Aktuálna situácia ohľadne koronavírusu donútila ostať doma nejedného človeka. Čo zrazu s toľkým voľným časom? Môžete ho využiť efektívne, kreatívne a ešte sa aj zabavíte. 365.bank totiž dáva príležitosť stať sa hlavnými aktérmi jej spotov. Hercami, kameramanmi, rekvizitármi či strihačmi. Stačí si len vybrať jeden zo scenárov a poslať svoje podomácky vytvorené videá odborníkom. Najlepšie z nich budú finančne odmenené a stanú sa súčasťou oficiálnych spotov, ktoré sa odvysielajú aj v televízii. 365 tak využila nový marketingový prístup, tzv. „crowdvertising“.

V dnešnej dobe je veľmi dôležité byť zodpovedný. Preto 365 banka po februárovej kampani, v ktorej vyzývala všetkých, aby 29. 2. neostali doma a išli voliť, mení rétoriku. Časy sa totiž takisto zmenili a zodpovedné značky podporujú zodpovednú myšlienku – zostať doma. 365 však ide ešte ďalej a dáva príležitosť vyplniť čas strávený doma efektívne a kreatívne.

Zároveň popri viacerých čiastočne, resp. dodatočne upravovaných spotoch či komunikáciách iných značiek ide v prípade 365 o prvú ucelenú kampaň, ktorá od základu vzniká ako reakcia na aktuálnu situáciu spojenú s koronavírusom.

„V 365 sme sa ocitli v situácii, keď sme potrebovali natočiť reklamu na svoj bankový účet. No doma zostali nielen ľudia pracujúci v službách, továrňach či v bankách, ale aj filmári, kameramani, rekvizitári a celý filmový priemysel. Preto sme sa rozhodli využiť prístup crowdvertisingu, zapojiť slovenské domácnosti, dať každému možnosť stráviť čas doma kreatívne a natočiť pre nás reklamu. Vychádzame z toho, že ak sa dá z obývačky založiť účet, musí sa tam dať natočiť aj naša reklama,“ uvádza Juraj Šnirc, head of marketing v 365.bank.

Natočením reklám na 365 sa môžu jednotlivci alebo rodiny s deťmi nielen zabaviť či vyplniť si program, ale najlepšie príspevky získajú aj honorár 365 eur. Výzvy natočiť reklamné spoty sa pritom môžu chopiť odborníci z fachu, ale aj laická verejnosť.

Záujemcovia si môžu stiahnuť jeden z troch scenárov zo stránky www.365reklama.sk a nahráť na ňu svoje hotové výtvary. Fantázii sa pritom medze nekladú. Môžu napríklad zapojiť deti a vyrobiť si spoločne masky a rekvizity alebo natočiť animovanú reklamu s využitím hračiek a stavebnice. Obývačka sa tak môže zmeniť na pirátsku loď, džungľu s ľudozrútmami alebo na stredovek s rytiermi a trojhlavými drakmi.

Z najlepších výtvorov potom odborníci z kreatívnej agentúry Wiktor Leo Burnett poskladajú niekoľko strihov reklamného spotu, ktorý vznikol v slovenských domácnostiach počas karantény. Do obrazov v postprodukcii doplnia efekty, čím sa dotvorí celkový charakter jednotlivých postáv. Veď aký by to bol napríklad trojhlavý drak bez chrenia ohňa? O komplexný a autentický zážitok tak bude postarané na najvyššej úrovni.

Spoty budú nasadené v priebehu apríla a mája na televíznych obrazovkách a v online priestore. A kto vie, možno budete práve vy alebo vaša rodina v hlavných úlohách.

Vizitka kampane:

Agentúra: Wiktor Leo Burnett
Creative Director: Martin Motáček
Strategy Director: Vladimír Lefík, Dominika Múdra
Art Director: Tomáš Galajda
Graphic Designer: Juraj Vačko
Copywriter Senior: Martin Motáček
Copywriter: Lucia Kekeňáková, Slavomír Baran
Account Manager: Michal Kopriva
Produkcia: JOJ Production, Katarína Kintlerová

O 365.bank:

Sme banka pre dnešných ľudí. Veríme, že súčasné technológie nám umožňujú byť pre klienta naozaj užitočními. Stačí len zapnúť si smartfón. Preto na Slovensko prinášame bankovníctvo, ktoré je postavené na princípe „mobile first“. V centre všetkého, čo robíme, je klient. Bankovníctvo budujeme tak, aby bolo preňho jednoduché, príjemné na používanie a inteligentné. Našou ambíciou je byť takou bankou, ktorú budete chcieť používať každý deň. Viac na www.365.bank

Kontakt pre médiá: Linda Gáliková, PR manažér, e-mail: linda.galikova@365.bank, mobil: +421 910 866 913