

REDMEDIA





Jak postavit datovou strategii akviziční kampaně na mladé?

Josef Prorok (Red Media)

Tomáš Žlůva (ČSOB)

IAC 2018

5/4/2018

NA KOHO CÍLÍME?



CÍLOVÁ SKUPINA

- **98 % Online users**

81 % uživatelů konzumuje internet denně.

- **40 % TV light users**

- **86 % Smartphone users**

- **90 % Social networks**



- **11 % ČSOB je hlavní bankou**

- **83 % uživatelů má příjem <25k**

- **56 % využívá internetové bankovníctví**

- **10 % využívá Smartbanking**

- **7 % finanční produkty online**

CÍLE KAMPANĚ

- **Motivovat k uzavření**

- **NEUPLÁCET**

Mladí pouze inkasují příspěvek, ale konto nevyužívají.

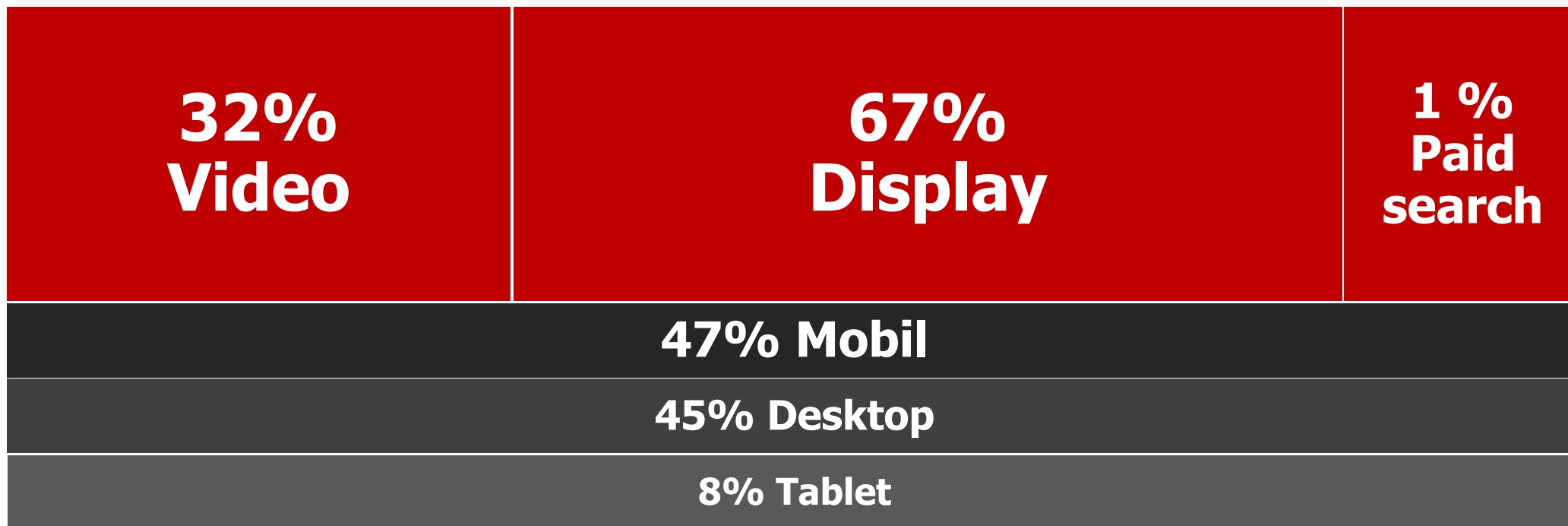
- **Lifetime produkt**

- **Měnit vnímání mladých ke značce ČSOB**





CHANNEL MIX



DATA POUŽITÁ PŘI PLÁNOVÁNÍ

ČSÚ

GOOGLE

DATA Z DMP

DATA Z WEBU

MML

DATA Z KAMPAŇÍ

FACEBOOK

KLIENŤSKÉ BÁZE

DATOVÁ STRATEGIE

ZÁKLADNÍ DATA

PŘÍMÝ NÁKUP AFFINITNÍCH
WEBŮ
(POKUD MOŽNO POUZE PUBLIKA 18-26)

DEMOGRAFICKÁ DATA FB
18-26

DEMOGRAFICKÁ DATA
GOOGLE 18-26

RTB 18-26

KOMBINOVANÁ DATA

DEMOGRAFIE 18-26 vs.
KLIENT (LOOKALIKE)

DEMOGRAFIE 18-26 vs.
UŽIVATEL SMARTBANKINGU
(LOOKALIKE)

DEMOGRAFIE 18-26 vs.
SJEDNÁNÍ KONTA V
MINULOSTI (LOOKALIKE)

DEMOGRAFIE 18-26 vs.
KLIĀKI V MINULOSTI NA
ČSOB KAMPANĚ +
LOOKALIKE

DEMOGRAFIE 18-26 vs.
ZÁJMY, CESTOVÁNÍ, SPORT..

KAMPAŇOVĚ SBÍRANÁ DATA

RETARGETING NA VIDEO
VIEWS

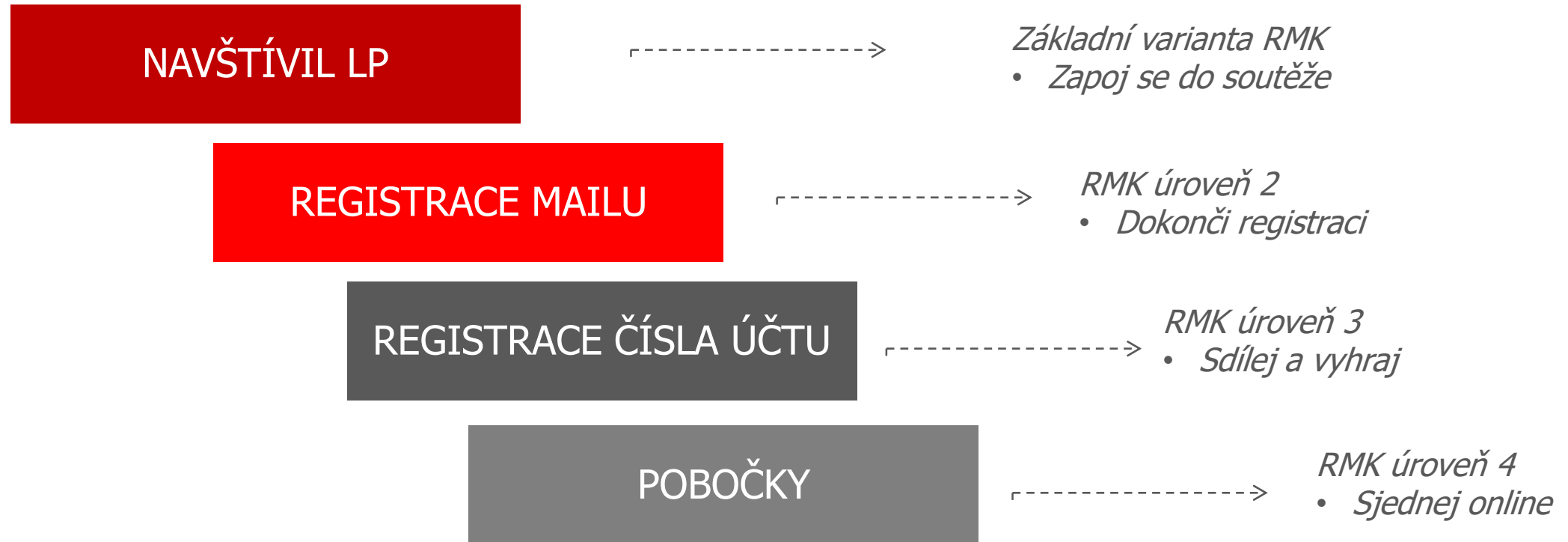
RETARGETING NA
FREKVENCI

RETARGETING NA EVENTY
NA WEBU + LOOKALIKE

DOPLŇKOVÁ DATA

DEMOGRAFIE RODIČE
NA ZÁKLADĚ DAT ČSÚ

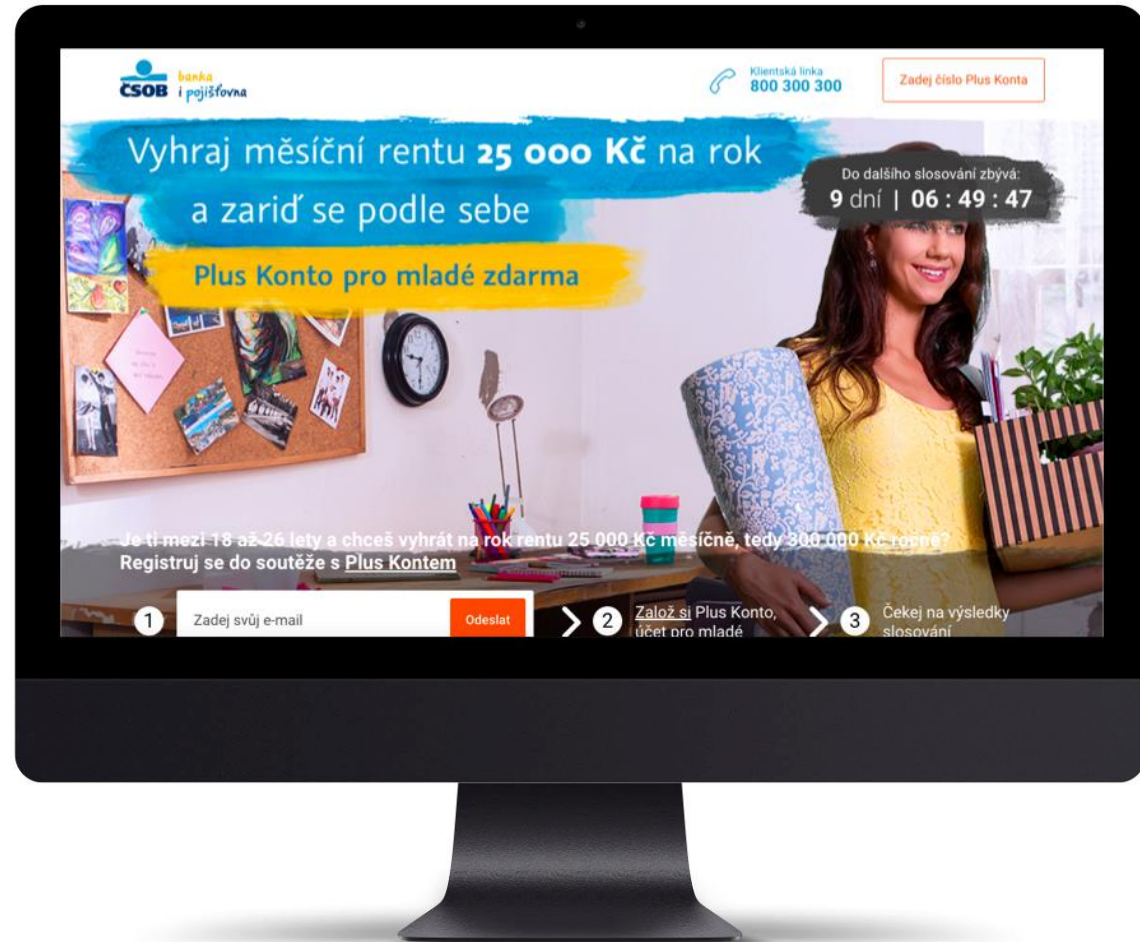
REMARKETINGOVÉ SCÉNÁŘE: LANDING PAGE



PERSONALIZACE LANDING PAGE DLE KREATIVY



adform



KREATIVA



Vyhráj měsíční rentu 25 000 Kč a zaříd se podle sebe
Plus Konto pro mladé zdarma

Vyhlas roh nezávislosti

CSOB banka i pojišťovna



Vyhráj měsíční rentu 25 000 Kč a cestuj podle sebe
Plus Konto pro mladé zdarma

Vyhlas roh nezávislosti

CSOB banka i pojišťovna



Vyhráj měsíční rentu 25 000 Kč a pracuj podle sebe
Plus Konto pro mladé zdarma

Vyhlas roh nezávislosti

CSOB banka i pojišťovna



Vyhráj měsíční rentu 25 000 Kč a sportuj podle sebe
Plus Konto pro mladé zdarma

Vyhlas roh nezávislosti

CSOB banka i pojišťovna



Skvělý start do života pro vaše dítě?
Renta 25 000 Kč měsíčně díky Plus Kontu pro mladé

Více informací

CSOB banka i pojišťovna



Zapoj se do soutěže Rok nezávislosti
Dokonči sjednání Plus Konta

Sjednat

CSOB banka i pojišťovna



Dokonči registraci do soutěže Rok nezávislosti
a zúčastni se slosování

Dokončit

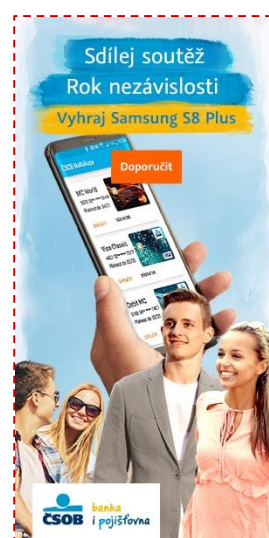
CSOB banka i pojišťovna



Doporuč Plus Konto
a získkej až 2 000 Kč

Doporučit

CSOB banka i pojišťovna



Sdílej soutěž Rok nezávislosti
Vyhráj Samsung S8 Plus

Doporučit

CSOB banka i pojišťovna



Váš mamánek půjde z domu
V soutěži s Plus Kontem pro mladé může vyhrát 300 000 Kč na rok a doma už ho neuvídíte

Chci vyhrát

CSOB banka i pojišťovna



Výsledky kampaně

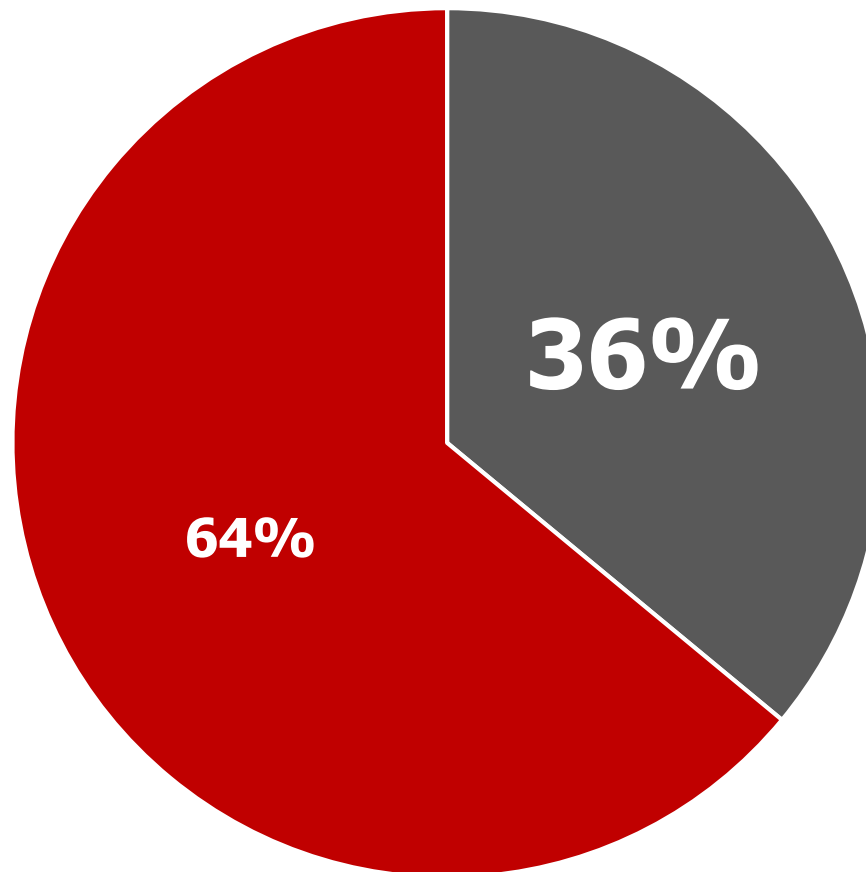
MEZIROČNÍ NÁRŮST POČTU ZALOŽENÝCH KONT (18-26)



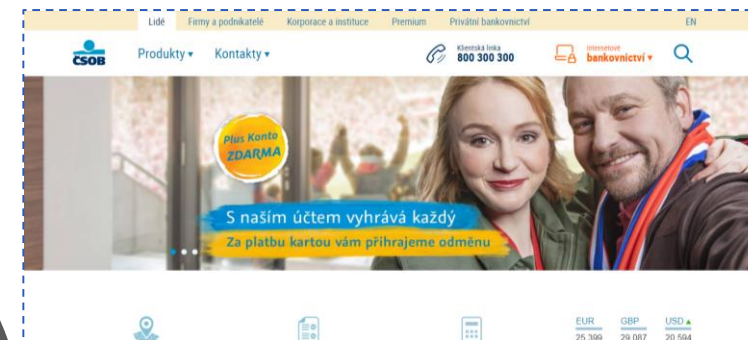
79 %

8-12/2016 vs. 8-12/2017

ZPŮSOB ZALOŽENÍ NOVÝCH KONT



■ Online ■ Offline



ONLINE VS. TV

Srovnatelný zásah

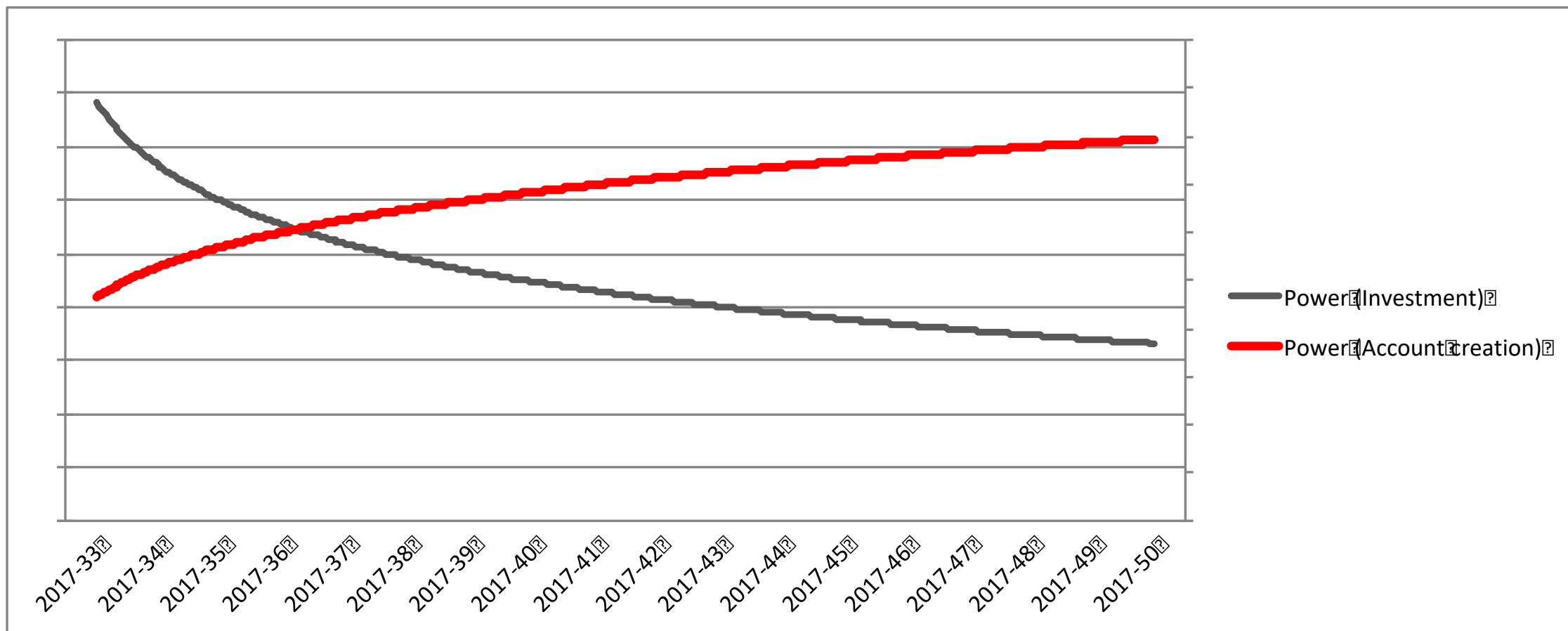
4x vyšší efektivita



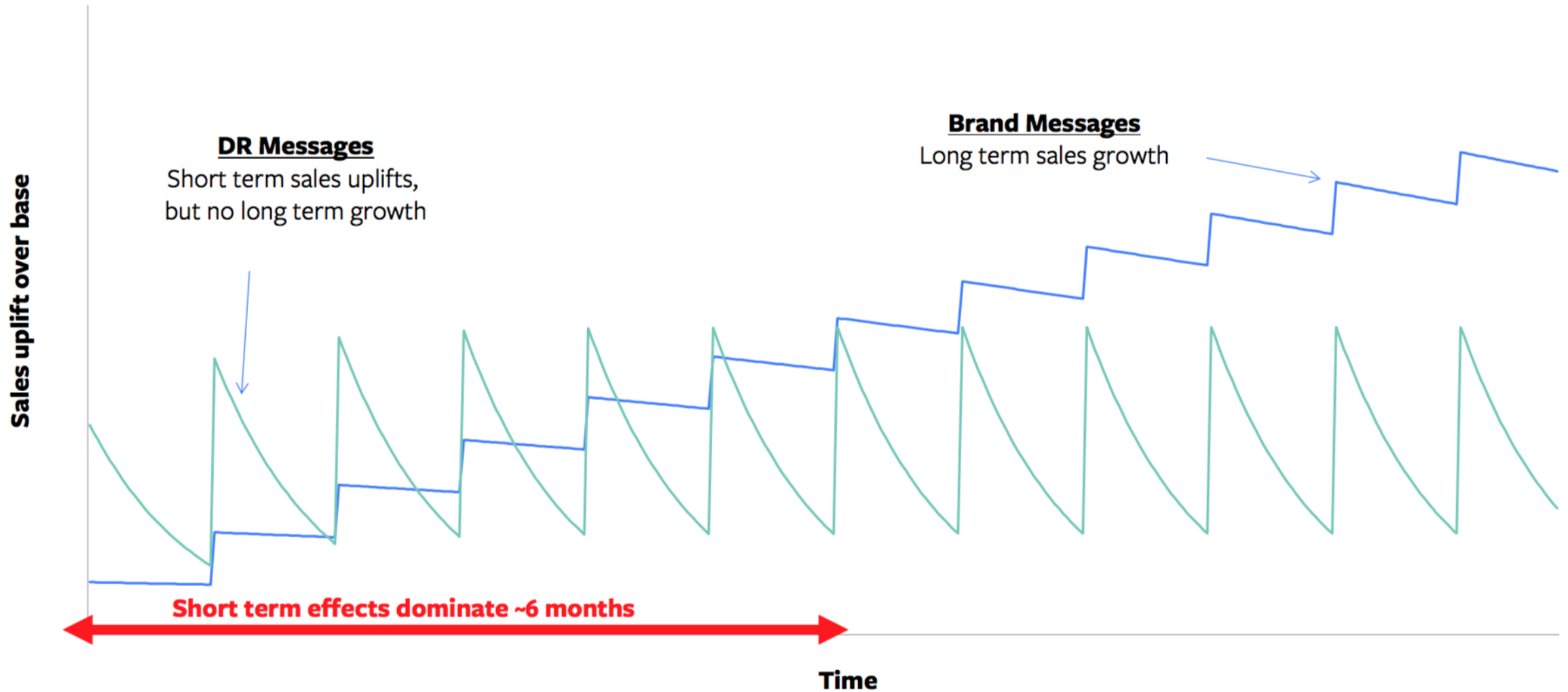
SIDE EFFECTS

- Meziroční **zvýšení hledanosti o 22%**
- Zájem o účet od ČSOB **vzrostl o 17%**
- Nové **vyhledávací dotazy v řádech tisíců**

EFEKT KAMPANĚ V ČASE



DLOUHODOBÝ RŮST



Source: The Long and Short of It – Field and Binet



Jak postavit datovou strategii akviziční kampaně na mladé?

Josef Prorok (Red Media)

Tomáš Žlůva (ČSOB)

IAC 2018

5/4/2018