

K&H Bank Zrt.

1095 Budapest, Lechner Ödön fasor 9.
telefon: (06 1/20/30/70) 335 3355
fax: (06 1) 328 9696
Budapest 1851
www.kh.hu • bank@kh.hu



I. Általános információk

Pályázó adatai:

Cégnév: LWp Kommunikáció
Székhely: 1113, Budapest, Dinnye utca 12.
Kapcsolattartó neve: Szalai Ágnes
Kapcsolattartó e-mail: agnes.szalai@lwp.hu
Kapcsolattartó telefon: 06 30 969 3299

Pályázat adatai:

Pályázott kategória: Kommunikációs kampány
Iparág: Pénzügy, bank, biztosítás
Pályázat címe: vigyázz#KáPé vlog és applikáció
A pályázott kommunikációs program személyi felelősei: Bíró Gabriella, Szalai Ágnes
Megbízó neve: K&H Csoport
Kampány kezdődőpontja: 2018.10.15.
Kampány vége: 2019.06.30.
Kampány teljes büdzséje: 75,2 millió forint
 hirdetések: 36,4 millió forint
 kampányhoz kapcsolódó rendezvény(ek), esemény(ek): 38,8 millió forint
 influencer-i (véleményvezér, híresség) megállapodás(ok): 0 forint

II. Pályázat bemutatása

1. Alaphelyzet bemutatása, kommunikációs kihívások

A 2008-as pénzügyi válság ráirányította a figyelmet a pénzügyi tudatosság fejlesztésének fontosságára, de ezen a területen hazánk még gyerekcipőben jár, az állami oktatásból hiányzik az átfogó, naprakész tudásanyag. A K&H Csoport 2010-ben indította útjára a K&H Vigyázz, kész, pénz! pénzügyi vetélkedőt, hogy a fiatalok korosztályuknak megfelelő játékos feladatokon keresztül sajátítsák el az alapismereteket, ezáltal a tudatos pénzügyi döntéseket. A vetélkedő tudásanyagaként egy 2007-ben készített rajzfilmsorozat szolgált. Az eltelt idő alatt azonban számos technológiai és iparági fejlődésnek lehettünk szemtanúi, megváltozott a generáció is, amelyet oktatunk. Modernizált pénzügyi ismeretekre van szükségük, másképpen fogyasztanak tartalmakat, más logikával tanulnak. Így időszerűvé vált egy új tudásanyag elkészítése, mely egyszerre újult meg tartalomban, platformban és vizualításban, igazodva a generációs és digitalizációs trendekhez, igényekhez.



2. Nyilatkozat arról, hogy a pályázatban szereplő alapötlet/koncepció a pályázó önálló szellemi terméke-e, vagy a megbízótól/más ügynökségtől származik-e (vagy pl. egy globális kampányra épül-e).

Nyilatkozom, hogy az általam készített és beadott pályamű a pályázatban megjelölt pályázó cégek önálló szellemi terméke.

3. Célok, célcsoportok

Elsődleges célcsoportunk a 9-17 éves fiatalok, az ő pénzügyi ismeretüknek bővítését tűztük ki célul. A középiskolások bevonását kiemelten kezeltük, hiszen ők 2018 őszén nevezhettek először a versenyre.

Másodlagos célcsoportunk a köznevelésben dolgozó pedagógusok, intézményvezetők, akik híd-szerepet töltenek be a vetélkedő és a gyerekek között: részvételt kezdeményeznek, megteremtik a lehetőséget a tudásanyag elsajátítására, segítik ennek feldolgozását.

Közvetett célcsoportunk a gyerekek családja is. A felnőttkorú lakosság meglepően nagy része nem rendelkezik a megfelelő pénzügyi ismeretekkel - célunk tehát az is, hogy a fiatalok fejlesztése által a hozzátartozók pénzügyi tudatossága is fejlődjön.

4. Kommunikációs stratégia és üzenetek

kommunikációs stratégia:

sajtó:

- sajtótájékoztató
- témamenedzsment anyagok
- interjúk

social media (Facebook, YouTube):

- KáPé bemutatkozik videó: interjú a vetélkedő korábbi résztvevőivel az új tananyagról
- gyerekszáj videók: a vetélkedőben nem résztvevő gyerekeket faggattunk pénzügyi ismereteikről
- termékelhelyezés - Középsuli 88. rész

DM:

- tájékoztató anyagok küldése az általános és középiskoláknak, postai és emailés úton

marketing:

- tömegkommunikációs eszközökkel erős kompetitív szintű TV-s és online jelenlét az Image szegmensben
- eladáshelyi POS anyagok a bankfiókokban, iskolákban



- új, innovatív eszközök és médiafelületek, mint alkalmazásokon belüli hirdetések

üzenetek:

általános iskolás felkészítők számára:

- a tananyag megújítása szükséges a naprakész tudás átadás érdekében
- az új platform idomul a mai 9-17 évesek médiafogyasztási szokásaihoz
- az új tananyag elsajátítása nem igényel több ráfordítást
- 1-2. osztályos kategória megszűnik: hatékonyabb 8-9 éves korban elkezdni a tematika átadását
- középiskolások bevonása: az általános iskolából kilépve sem szűnik meg a versenyzés lehetősége

általános iskolások számára:

- változik a résztvevő korosztály: középiskolások is részt vehetnek
- trendi korszerű tudásanyag - fókuszban a digitalizáció
- már a platform is érdekes: vlog

középiskolás felkészítők számára:

- naprakész pénzügyi tudást kínálunk
- jövőnézés: digitális pénzügyekről digitális bennszülötteknek
- interaktív feladatok - élményszerű tanulás
- nem igényel nagy időráfordítást, tanéven átívelő

középiskolások számára:

- digitális pénzügyekről digitális platformon – jövőorientált program
- vlogból fogyasztható content
- interaktív feladatok - élményszerű tanulás

5. A stratégia megvalósítása, módszerek, eszközök, és időzítésük

Célcsoportunk virtuális játszótere a digitális világ, így jött az animált vlog ötlete. Ahogy a húsvér vlogerek, úgy főszereplőnk is markáns tematikával, személyes tartalmakkal és jellemző fogásokkal (pl. challenge, unboxing) él. A forma lehetőséget ad az interakcióra, visszakerdez, kommentelésre hív, teret engedve a közösségi tanulásnak. A 21. század az m-learning korszaka, ezért létrehoztuk a tudásanyagot támogató mobilapplikációt. A történetek végén a tartalomra épülő játékok találhatóak, így erősítve a játékos tanulást.

A platformváltással összhangban teljes arculatváltás történt: korszerűbb lett a vizuális világ, a gyerekek számára befogadhatóbb, modern nyelvezet használ az új sorozat. A vagyázz#KáPé vlog főszereplője Kávási Péter, KáPé, egy 14 éves srác, aki élete különböző eseményein keresztül



ismerteti meg a nézőt a pénzügyek világával, például egy családi költözés miatt a hitel fogalomkörével vagy a bevétel-kiadás egyensúlyával.

A 15 részes vlogsorozat megújult tartalma egy oktatási szakértő csoport segítségével jött létre, melyben nagyobb hangsúlyt kap a digitalizáció témaköre, például az online vásárlás, vagy netbankolás. A tananyag letisztultabb, a 8-17 évesek számára testreszabott információkkal bír. Ezzel összhangban változott a vetélkedő célcsoportja is: nyitottunk a középiskolák felé, ezentúl 3-11. osztályból várjuk a csapatukat.

Az [új tudásanyag](#) és [app](#) bárki számára ingyenesen elérhető a megújult honlapon.

6. Az ügynökség és az ügyfél közötti kapcsolattartás menete, minősége, a tanácsadás tartalma

A projekt és a hozzá tartozó kommunikációs kampány megvalósításán több ügynökség is dolgozott, mivel a kreatív koncepció, a technikai megvalósítás, valamint a kommunikációs stratégia kidolgozása és megvalósítása különböző helyekről érkezett. Minden lépés az ügyféllel való közös munka során került véglegesítésre, hogy a szakmai koncepció, az arculatváltás és a piaci terjeszkedés egymással és a K&H Csoport általános törekvéseivel összhangban valósuljanak meg. A projekt összetettsége folyamatos, napi szintű kapcsolattartást igényelt, amely a szoros határidők ellenére is hatékonyan, és jó hangulatban folyt. A tanácsadás mindhárom fentebb említett terület esetében teljes körű, magában foglalja a kreatív koncepciók kidolgozását és teljes kivitelezését is.

7. A munka/kampány eredményének mérési módszerei és ténylegesen elért eredmények bemutatása

A számszerű célok viszonyítási alapjai a 2017-ben elért eredmények, hiszen a projekt sikerességét a folyamatos növekedésben, az előző évi eredmények túlszárnyalásában mérjük.



célkitűzések				
terület	viszonyítási alap	elvárt fejlődés	eredmények	fejlődés
honlap				
látogatószám	7017	növekedés	16092	+129%
oldalmegtekintés	22685	növekedés	39265	+73%
new visitor rate	na.		88%	
vlog és mobilalkalmazás				
applikáció letöltésszám (iOs&Android)	na.		8585	
epizódok megtekintése	na.		12000	
népszerűsítő anyagok				
Középsuli epizód megtekintése (88.rész - termékelhelyezés)	250000	növekedés	257023	+2%
népszerűsítő videók megtekintése	177857	növekedés	559312	+214%
nevezőszámok				
csapat	2035	növekedés	2043	0,40%
diák	8113	növekedés	8264	1,80%
iskola	467	növekedés	586	25,50%
település	288	növekedés	290	0,70%
PR kommunikáció				
sajtómegjelenések száma	717	+15%	1123	+56%
médiaérték	124 590 783 Ft	+15%	168 255 071 Ft	+35%
marketingkommunikáció*				
a spontán ismertség a kampányidőszak alatt növekedjen	10%	+6%	16%	+6%
a program K&H márkához való kötése a programot ismerők körében növekedjen	55%	növekedés	78%	+23%
a programot a K&H támogatási tevékenységeként ismerők aránya növekedjen	13%	növekedés	14%	+1%
a K&H társadalmi felelősségvállalásának területei közül a pénzügyi kultúra fejlesztésének ismerete növekedjen	16%	növekedés	19%	+3%



*A kampány időszaka alatt mért eredmények. A marketing kommunikációs célokat, illetve azok teljesülését a Bank lakossági tracking kutatásának eredményei alapján tűztük ki, illetve mérjük.

8. A munka/kampány jövőbeni felhasználási/folytatási lehetőségei

A vigyázz#KáPé vlog és mobilapplikáció terveink szerint a következő 10 évben képes lesz támogatni pénzügyi edukációs programunkat. A tudásanyag szerves része a versenynek, de szeretnénk, hogy ezen túlmutatóan, minél több fiatal nézze a videókat és játsszon az appal. A hosszú távú cél az, hogy a mai fiatalok az oktatási anyag által felnőtteként majd átgondolt, okos pénzügyi döntéseket hozzanak. Technikai oldalról a vlog forma lehetővé teszi, hogy újabb részek, szezonális epizódok szülessenek. Egyelőre az első 15 részt szeretnénk megismertetni, ezek tudását átadni, aztán az évek során tovább építkezni, ha szükséges új témákat beemelni.

9. A kitűzött célok elérésének ügynökségi értékelése

Büszkék vagyunk arra, hogy a vigyázz#KáPé vlog részei 12 000 megtekintést, a mobilapplikáció pedig 8585 letöltést ért el. Ez megerősít minket abban, hogy sikerült a célcsoportunk generációs igényeihez alkalmazkodnunk. Nagyon örülünk annak, hogy új célcsoportunk, a középiskolások bevonása kiemelkedően jól sikerült. Közel 2000 9-11. osztályos diák vett részt a versenyen, ezzel rögtön a második legnépszerűbb kategória lett.

A sajtókommunikációban is nagy sikereket könyvelhettünk el, a sajtómegjelenések számában 56%-os, míg EAV értékben 35%-os növekedést értünk el, ami a vetélkedő története során az eddig legkiemelkedőbb eredmény. Nagyon szépen teljesítettek továbbá a social media felületeken használt népszerűsítő videóink is.