



Klient: **Česká bankovní asociace**



Provedení: **Product Media s.r.o. a Seznam.cz, a.s.**

Výchozí situace



Při řešení kampaně České bankovní asociace pro rok 2019 navrhl Seznam.cz ve spolupráci s agenturou Product Media komplexní obsahovou spolupráci. Téma finanční gramotnosti se tak mezi uživateli podařilo rozšířit jak textovou formou, tak prostřednictvím videoobsahu.

Kampaň byla rozdělena do dvou vln – v první fázi jsme uživatelům představili téma „Peníze na cestách a jak o ně nepřijít“ a druhá fáze zastřešovala téma „Finanční gramotnost aneb letem finančním světem“.

Cílem kampaně bylo rozšířit problematiku finanční gramotnosti mezi veřejnost, a získat tak co možná největší zásah a interakci s obsahem.

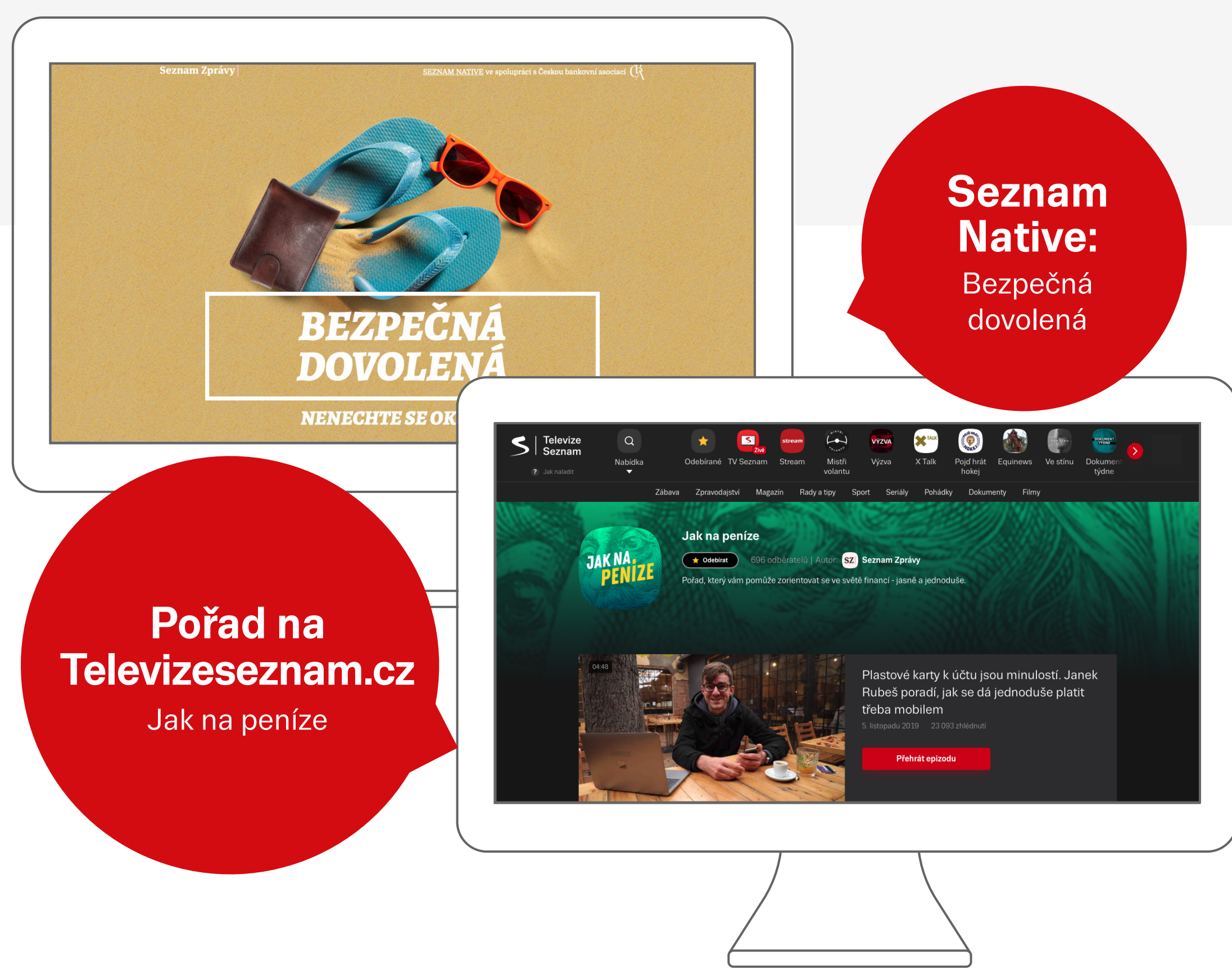
Řešení



1. Peníze na cestách a jak o ně nepřijít

Cílem první fáze bylo seznámit veřejnost s informacemi a praktickými tipy ohledně bezpečnosti při směně peněz a platbách v hotovosti na letních dovolených. Téma bylo zpracováno v **Seznam Native** na **Seznam Zprávách**. V článku si uživatelé mohli vyzkoušet kvíz, ve kterém se dozvěděli, zda dokáží rozpoznat světové měny.

Souběžně jsme publikovali první epizodu **online seriálu Jak na peníze**, který byl vysílán také v rámci pořadu Byznys v Televizi Seznam a dále byl nasazen do článku Seznam Native. Zásah videa jsme tak podpořili napříč službami Televizeznam.cz, Seznam **Zprávy** a **Televize Seznam**.



Pořad na Televizeznam.cz
Jak na peníze

Seznam Native:
Bezpečná dovolená

2. Finanční gramotnost aneb letem finančním světem

Druhá fáze kampaně komunikovala téma půjček, bezpečnosti na internetu, padělaných bankovek a alternativních možností plateb u prodejců. Tematický blok finanční gramotnosti zastřešoval **druhý článek Seznam Native**, ve kterém mohli uživatelé otestovat svou vlastní finanční gramotnost nebo zhlédnout **nové díly pořadu Jak na peníze**. Epizody byly publikovány také v **online kanálu** a pokračovaly v rámci pořadu **Byznys v Televizi Seznam**.



Seznam Zprávy
redakční článek

Seznam Native:
Nenechte se ovládat penězi

Provedení kampaně podpořily **rozhovory v pořadech Rodinka a Ráno na Seznamu v Televizi Seznam**. Jelikož se jednalo o publicisticky atraktivní téma, vznikly také **redakční články na Seznam Zprávách** doplněné o tematické epizody pořadu Jak na peníze.

Po dobu celé kampaně byl obsah promován přes nativní reklamu a další reklamní formáty napříč službami Televizeznam.cz, Seznamzpravy.cz, Novinky.cz, Proženy.cz, Super.cz a Sport.cz.



Seznam Zprávy
redakční článek

Výsledky



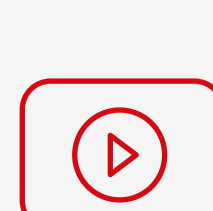
53 036
Zobrazení článků
Seznam Zprávy



157 847
Zobrazení článků
Seznam Native



202 833
Zhlédnutí online
pořad Jak na peníze



115 059
Reach Televize Seznam
Byznys, Rodinka
a Ráno na Seznamu

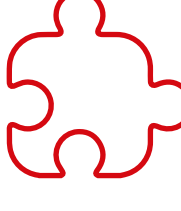


71,3 %
Průměrná míra
dokoukanosti
videa ze %

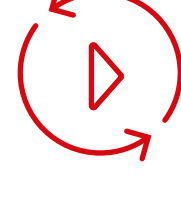
Zhodnocení



V průměru **uživatelé strávili s články Seznam Native 11 minut** (článek Bezpečná dovolená) a **6,5 minuty** (článek Nenechte se ovládat penězi).



21 638 unikátních uživatelů si v rámci kvízu „Nenechte se ovládat penězi“ v Seznam Native otestovali, zda rozumí tématu financí. Na základě výsledků testu byla uživatelům doporučována témata, ve kterých získali nejméně bodů. Na základě doporučeného textu se tak uživatelé mohli o problematiku dovést více.



Průměrná dokoukanost jednotlivých videí pořadu do ¾ stopáže dosáhla **71,3 %**. Průměrná míra dokoukanosti videoobsahu Seznamu se pohybuje okolo 60 %. Dle výsledků se tak podařilo zasáhnout relevantní publikum.

Vyjádření klienta



„Za agenturu ProductMedia, s.r.o. i našeho klienta Česká bankovní asociace mohu pouze dodatečně poděkovat za realizaci tohoto projektu, ve kterém se nám „doutám“ podařilo naplnit očekávání klienta v rámci jeho edukačních finančních snah na českém mediálním trhu. Kladně hodnotím pomoc s výběrem médií v rámci Seznamu, ale i operativní přístup Seznamu v průběhu kampaně. Za klienta tlumočím spokojenost především s realizací článků v rámci Seznam Native, ale i proaktivním přístupem týmu Janka Rubeše k natočeným videím. Vidím i v budoucnu zajímavý prostor pro spolupráci.“

– Radek Janeš, Managing Director agentury ProductMedia, s.r.o.

