



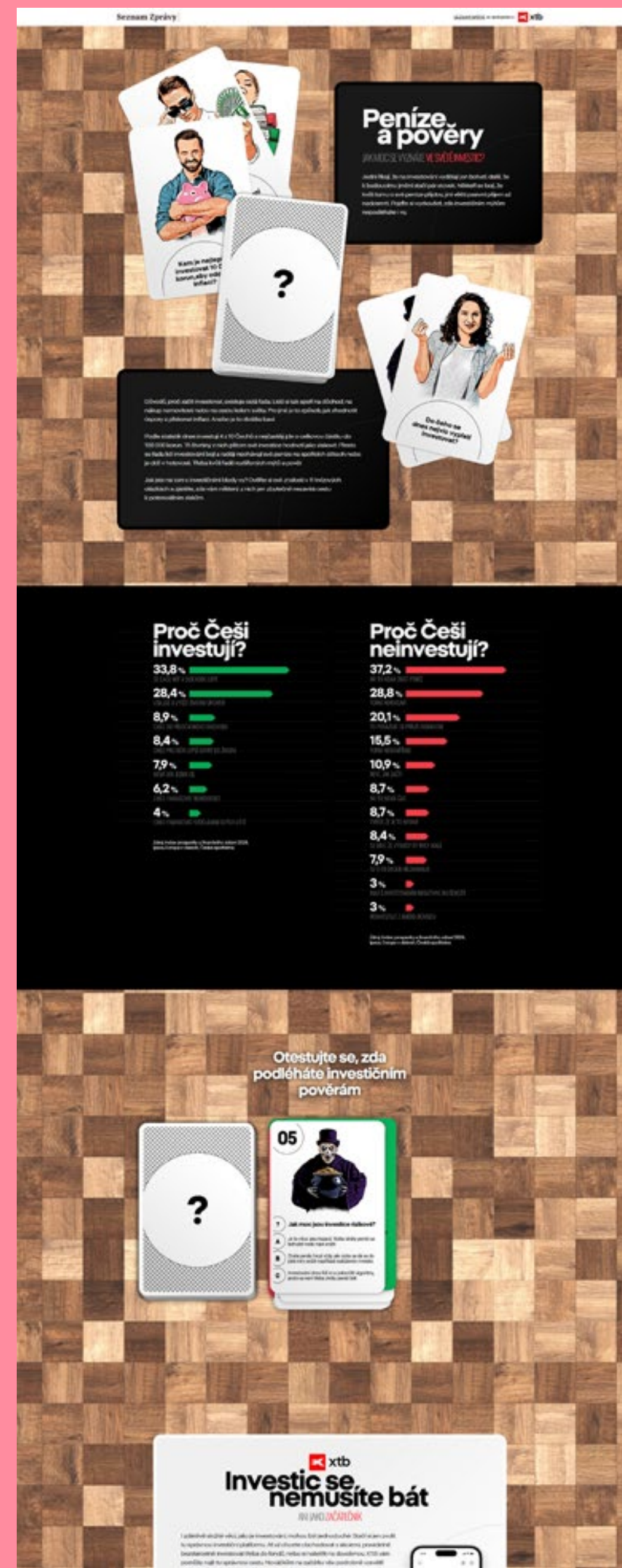
CASE STUDY

Peníze a pověry s XTB



XTB v roli bořičů mýtů aneb jak karetní kvíz pomohl odbourat obavy z investování

Někteří lidé se domnívají, že jejich ušetřeným penězům se nejlépe daří na spořicíh účtech nebo doma v prasátku. Obávají se investovat, často kvůli různým mýtům, které na toto téma ve společnosti kolují. V kampani pro brokerskou společnost XTB jsme se rozhodli tyto pověry vyvrátit a dát najevo, že svět investic není tak složitý, jak se může na první pohled zdát.



Kdo je náš klient a na čem jsme spolupracovali

XTB je firma s více než dvacetiletou zkušeností. Působí jako investiční partner v 15 zemích a na její činnost dohlíží různé světové regulační orgány, mezi které patří i Česká národní banka. Společnost si zakládá na péči o své klienty, připravuje pro ně řadu vzdělávacích materiálů, pořádá konference a radí na chatu. I díky tomu její služby využívají už více než 2 miliony lidí.

Společně s XTB jsme vytvořili kampaň, která cílila na překonání obav potenciálních zákazníků začít investovat na finančních trzích. V rámci kampaně jsme objasnili nejčastější mýty, které se investování týkají a pomocí interaktivního kvízu jsme umožnili čtenáři ověřit si vlastní znalosti na toto téma. Podařilo se nám tak dosáhnout hlavního cíle kampaně: představit společnost XTB jako spolehlivého partnera pro vstup do světa investic.

Přiblížení samotné kampaně

Kampaň cílila primárně na mladé lidi ve věku 20-40 let, kteří s investováním nemají příliš zkušeností. Pro tuto cílovou skupinu jsme zvolili interaktivní kvíz ve formátu Seznam Native, který čtenářům pomohl objasnit nejčastější mýty ohledně investování, které jim brání ve vstupu do světa finančních trhů. Kvíz čtenářům mimo jiné objasnil, že do začátku si vystačí i s malým obnosem peněz nebo že správné znalosti pomohou snížit míru rizika.

Interaktivní kvíz jsme pojali jako digitální karetní hru. Celkem 11 otázek seznámilo čtenáře s tématy, jako je vstupní kapitál, typy investic a jejich rizika nebo kdy je nejlepší s investicemi začít. Náročnější témata vysvětlovaly karty s přímou citací odborníka z XTB. Byl mezi nimi i hlavní analytik XTB Jiří Tyleček, jehož kartu si přečetlo 78,5 % účastníků kvízu. Čtenáři se tak zábavnou formou dozvěděli cenné informace ohledně finančních trhů a na konci kvízu je čekalo vyhodnocení jejich znalostí z oblasti investování.





Jak jsme kampaň dostali mezi lidi?

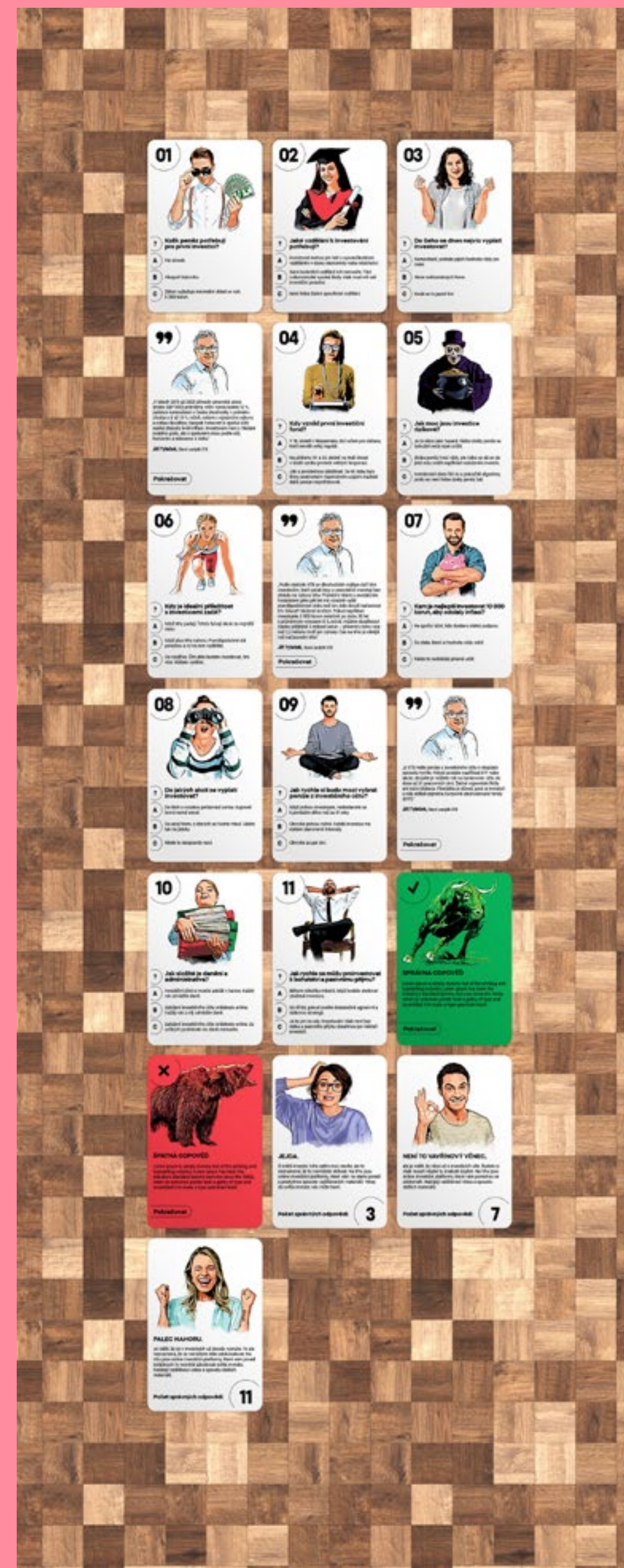
Hlavním zdrojem návštěvnosti nativního článku byl zpravodajský server Seznam Zprávy. Odtud se k němu dostalo především publikum se zájmem o společenská a ekonomická témata, jež spíše řeší otázky spojené se zajištěním do budoucnosti. Další návštěvnost přinášely zejména článkové upoutávky umístěné napříč platformami domovské stránky [Seznam.cz](https://www.seznam.cz). Podařilo se tak maximalizovat nejen čas strávený u článku, ale i zajistit vyšší míru interakcí a celkový počet zobrazení.

Jaké výsledky kampaň přinesla?

Kampaň ukázala, že oproti pasivnímu čtení se lidé lépe seznámí s investičními principy skrze interaktivní formát, který posiluje kladný vztah ke značce. Průchod naším kvízem tak zvýšil brandconsideration o 133 %. Formát naší kampaně těžil z lidské zvědavosti. Upoutávky, ve kterých se čtenář měl dozvědět, zda podléhá pověrám či nikoliv, patřily mezi ty neúspěšnější a přinesly nejkvalitnější traffic.

A jak na tom byla kampaň v číslech?

-  Na článek **Seznam Native** se prokliklo celkem **53 487 lidí**, v průměru u obsahu strávili **4:43 minut**.
-  Interaktivní kvíz si spustilo **53 % čtenářů** a **75 %** z nich odpovědělo na všech 11 otázkách.
-  Měření Seznam Brand Lift ukázalo, že **povědomí o značce vzrostlo o 48 %** a její zvažování dokonce o **133 %**.
-  Na stránku XTB se z Native článku prokliklo celkem **2 140 lidí**, což je **o 30 % více** než bývá běžné u článků na investiční téma



At' už chcete promovat službu, nebo produkt, dělejte to zajímavým způsobem. Upoutejte zákaznickovu pozornost a naservírujte mu kvalitní obsah. Nevíte jak na to? V Brand Studiu se nebojíme velkých výzev. Obráťte se na nás a my vám rádi pomůžeme: brandstudio@firma.seznam.cz.



Seznam Native *Peníze a pověry* s XTB najdete tady.