

# Vzajemci.com: хочешь взять больше?

Агентство: VZAJEMCI D.O. O.

Клиент: VZAJEMCI

Финалист Media Awards

Кампания очень поучительная — практически без бюджета (что такое 400 евро?) удалось достичь поставленных целей и проинформировать потенциальных вкладчиков. Интересно и то, что рекламодатель провел кампанию своими усилиями, не привлекая рекламное агентство.

## Маркетинговая ситуация и цели кампании

Кампанию по продвижению услуг «взаимных фондов» нужно было спроектировать и провести при очень маленьком бюджете, всего в 400 евро. Сумма не позволила привлечь к разработке креативной идеи никакое профессиональное агентство, поэтому словенский портал Vzajemci.com решил осуществить задачу самостоятельно.

Vzajemci D.O. O. — это финансовая компания, которая работает в сфере «взаимных фондов» и позволяет делать вклады по Интернету.

Средний рядовой житель Словении никуда не инвестирует свои средства. Он кладет их на сберегательную книжку в банке и дальше не заморачивается. Однако Vzajemci.com решили изменить существующую ситуацию. Решено было привлечь интерес жителей страны на сайт, где можно все узнать о «взаимных фондах». Это очень выгодное предприятие как для стороны, которая вносит деньги, так и для организации, осуществляющей их оборот.

## Целевая аудитория

Vzajemci.com хотели привлечь внимание рядовых вкладчиков, которые ничего не знают о финансовых возможностях «взаимных фондов».

Основной целевой группой стало молодое население (20–40 лет), имеющее накопления, которые они могли бы вложить во «взаимные фонды».

## Креативная и медиастратегия

Старая словенская поговорка «Деньги есть везде — нужно их только подобрать» легла в основу креативной идеи кампании. Было решено разбросать на улицах монетки достоинством 50 SIT (что равно 0,2 EUR), а с обратной стороны наклеить фразу: «Хочешь взять больше?» Чтобы сохранить звонкое ощущение монеты, наклейка была сделана из блестящей пленки. Подготовленные монетки разбрасывали в общественных местах, а также напротив дверей банков. Люди действительно останавливались, подбирали монетки, и многие из них обратились за дополнительной информацией на сайт Vzajemci.com, который был указан на монетках.

## Результаты

Основной результат — информационный: финансовая компания заинтересовала жителей страны, заявив, что она существует, и рассказав о том, чем занимается. Проект был претворен в жизнь с минимумом затрат — ведь информацию о сайте Vzajemci.com люди передавали друг другу. ■



▲ Монетки достоинством 50 SIT (0,2 EUR) разбрасывали на улицах, рядом с филиалами рекламируемого банка, а с обратной стороны была наклеена фраза: «Хочешь взять больше?» — и адрес портала «взаимных фондов»



▲ Вот как этот своеобразный директ-мейл подбирает прохожий у дверей банка