



**IN
GARA!**

CHI?

**TU E CINQUE
TUOI COMPAGNI**

CON COSA?

**UN ELABORATO CREATIVO
DIGITAL PER LANCIARE
UN PRODOTTO BANCARIO**

ENTRO QUANDO?

**ENTRO
IL 9 APRILE
2019**

> LA SFIDA



Sei uno dei componenti di un **team di comunicazione digital e social**. Partecipi a una gara per realizzare una serie di “storie” con le quali una banca vuole **lanciare un suo innovativo conto corrente**. La banca crede molto in questo nuovo conto. Per questo ha messo in gara molti giovani team creativi, esperti della comunicazione web.



Ai team creativi come il tuo la banca richiede un esempio della “storia” che intendono realizzare per pubblicizzare il nuovo conto corrente, un **pilot episode*** o un **post di lancio****.



Una **giuria** valuterà le creatività realizzate e inviate entro il 9 aprile 2019 dai team che partecipano alla gara. Sceglierà gli **8 esempi** di comunicazione web **più convincenti e meglio realizzati**.

Gli **8 team creativi vincitori** si confronteranno a Firenze al **Findomestic Camp!**



* *In gergo cinematografico, è l'episodio pilota, un episodio che serve per testare la risposta del pubblico a una nuova serie.*

** *In una strategia di marketing, è il contenuto con cui si presenta per la prima volta un prodotto, frutto di un accurato studio del target.*



> IL MESSAGGIO

Il messaggio che la banca intende trasmettere alle giovani famiglie per convincerle ad aderire all'offerta del nuovo conto corrente è questo.

IL NUOVO CONTO CORRENTE:

È ZERO SORPRESE

→ valore:
trasparenza

SEMPLIFICA L'ESPERIENZA DEL CLIENTE E LA GESTIONE DEL BUDGET FAMILIARE

→ valore:
rateizzazione delle
spese di tutti i giorni

È GESTIBILE OVUNQUE SIA IL CLIENTE

→ valore:
gestione online



**Il tuo team saprà
interpretare il messaggio
e realizzare una
delle 8 creatività
di lancio vincenti?**



> IL BRIEF



Il marketing della banca vi indica le **caratteristiche tecniche chiave** che distinguono il nuovo conto e che tu e il tuo team dovrete saper **comunicare in modo convincente ed efficace**.

IL NUOVO CONTO CORRENTE È...

UTILE E SERENO

Permette di rateizzare tutte le spese quotidiane (pagamenti, bonifici, domiciliazione delle utenze, etc.) e non solo.

TRASPARENTE

Canone chiaro.

DIFFERENZIANTE

Il budget sotto controllo in tempo reale, con un click.

SEMPLICE E VELOCE

Apertura in pochi minuti.

REMUNERATO

Il risparmio genera interessi.



IL NUOVO CONTO CORRENTE PREVEDE:

MasterCard Debit

100% spendibilità

Un'assicurazione

flessibile e conveniente

Sconti

per clienti fedeli



IL TARGET

La serie di storie web deve raggiungere giovani famiglie a cui la banca offre un unico innovativo conto corrente che permette di gestire entrate, uscite, crediti al consumo.

Considera che la banca che vi dà l'incarico vanta la conoscenza dei bisogni dei clienti e la vicinanza grazie a un'offerta di servizi multicanale, off e online.

> AL LAVORO!



Il tuo team deve preparare **un solo prodotto pilota**, una storia da mostrare ai manager della banca. Se li convinci della bontà del prodotto ti faranno realizzare l'intera serie di comunicazione!

Quali **bisogni** pensi che possa avere la famiglia per cui prepari la storia pilota?

- È una famiglia che **prevede spese importanti**, per esempio per la nascita di un figlio, e valuterebbe positivamente la possibilità di rateizzare le spese quotidiane e non solo?
- È una famiglia che vuole **cambiare banca** e può essere attirata dall'apertura veloce di un nuovo conto più conveniente, dalla trasparenza dei costi e dalla possibilità di avere sconti sul canone e interessi sui risparmi?
- È una coppia che si appresta a diventare una **famiglia smart** (ma anche prudente!) che puoi convincere proponendo la MasterCard Debit 100% spendibilità, l'assicurazione e il controllo del budget in un click?

Tanti bisogni e tante offerte in una sola carta! Perché una giovane famiglia deve scegliere il nuovo conto? Tante famiglie tante storie...

1

APPROFONDITE

con il team le caratteristiche di questo nuovo e innovativo conto corrente.

2

SCEGLIETE

quella o quelle più adatte ai bisogni della famiglia che avrete individuato come target.

3

REALIZZATE

il vostro esempio di prodotto creativo di comunicazione!



> CON IMMAGINI E VIDEO

INSTAGRAM STORIES

Con foto, video, hashtag, adesivi, GIF e tanto altro, permettono di raccontare il nuovo conto corrente in maniera emozionante e coinvolgente. Sono temporanee, durano 24 ore e poi spariscono, quindi è importante comunicare in maniera diretta e in tempo reale.

Per esempio potresti creare un primo post di lancio di una sequenza di dieci stories, con la lista di qualità del nuovo conto corrente, scritta sull'agenda come memo, per invitare gli utenti a segnalare quali sono state le più utili. Potresti anche immaginarne un secondo dove una giovane coppia ne vanta l'uso.

> Segui su Instagram i profili più diversi, per esempio quelli della @nasa, della @tate o della @bbcnews, e dai un'occhiata alle loro stories in evidenza per osservare come comunicano.



WEB SERIES

Mini fiction con brevi episodi da vedere su smartphone o tablet. Per coinvolgere l'utente devono sorprenderlo. Se scegli questa opzione per lanciare il conto corrente, il tuo pilot episode potrebbe puntare su bisogni e scelte economiche della vita di tutti i giorni in cui il nuovo conto diventa risolutivo, magari giocando con gli stereotipi e l'ironia.

Inizia pensando ai luoghi o ai momenti in cui una giovane coppia si trova a dover compiere delle scelte economiche: dalla cena al ristorante alle vacanze estive, al matrimonio...

> Per ispirazione guarda su Youtube gli episodi del collettivo di autori comici romani The Pills, o dei napoletani The Jackal.

> CON AUDIO E SUONI

PODCAST

Contenuti audio parlati, incentrati su temi specifici, senza intervalli musicali o di pubblicità. Si registrano con un semplice microfono e il pubblico li ascolta quando vuole dal computer o dallo smartphone, senza un orario di trasmissione. Sono simili alle web series, ma senza immagini, e hanno sempre una sigla!

Nel tuo pilot episode inserisci il nuovo conto corrente in una storia coinvolgente e (stra)ordinaria che racconti quanto la sua semplicità d'uso abbia migliorato la vita del target individuato.

> *Cerca e ascolta i podcast direttamente dal tuo smartphone con le app dedicate o su Internet, per esempio su www.spreaker.com. Presta attenzione al tono, alla durata e al modo di raccontare.*



SPOT SU WEB RADIO O SPOTIFY

Web radio e Spotify hanno in comune il concetto di streaming, un flusso di dati che l'utente sceglie di ascoltare in diretta. Uno spot su questi canali deve essere creativo, per non disturbare il target desiderato che ascolta il suo programma o la sua musica, ma anche diretto, per richiamare l'attenzione sul prodotto da pubblicizzare.

Scegli il pubblico a cui destinare uno spot di lancio del nuovo conto corrente che parli proprio a loro, mentre ascoltano la musica o una trasmissione.

> *Segui le web radio della tua zona, oppure le stazioni universitarie, per esempio utilizzando www.radio-italiane.it. Presta attenzione al linguaggio e al tono utilizzati, cogli le differenze di comunicazione rispetto agli altri mezzi.*



PerCorsi Young

APPUNTAMENTO A FIRENZE
AL FINDOMESTIC CAMP



8

TEAM

Saranno proclamati primi classificati a insindacabile giudizio della Giuria che valuterà il vostro e gli altri lavori delle scuole di tutta Italia. I **48 studenti** rappresentanti degli **8 Istituti** vincitori e i loro **8 Docenti** saranno ospitati per due giorni a **Firenze** dove verrà organizzato il **Findomestic Camp**.



Findomestic

GRUPPO BNP PARIBAS

