



KADA IMAŠ IZBOR BIRAŠ SBB

16.1.2024. Beograd

KONCEPT

Kroz inicijativu kreativnog tima nastao je koncept u kojem će se stavovi SBB koirsnika poistovetiti sa vrednostima SBB-a kao brenda jer te vrednosti su upravo inspirisane njima.

Cilj kampanje je da jasno ukaže na vrednosti za koje se zalažemo i zbog kojih nas koirsnici prepoznaju.

HL je koncipiran tako da je u formi pravog statement-a koji ima dokaz kroz interne podatke da na teritoriji gde postoji naša usluga preko 60% ljudi bira SBB, kao i da sa nama mogu da se poistovete obični ljudi, ljudi kao ti.
Oni koji su hrabri i iskreni, veruju u prave vrednosti i imaju svoj stav.

STRATEGIJA

Fokusirali smo se na izgradnju emotivne veze sa TG kroz jasno komuniciranje vrednosti brenda i njegove autentičnosti. Koristili smo internu statistiku kao snažan argument za podršku brendu.

KONCEPT

TARGET GRUPA

Našu target grupu čine najrazličitiji pojedinci kojima smo posvetili pažnju kroz perspektivu njihovih interesovanja i ekosistema, kao i njihovih ličnih potreba.

KPIs
EVALUACIJA
REZULTATA

Na osnovu postavljene strategije, određene TG i kreative, odredili smo indikatore i ciljeve koje pratimo i koji nam donose rezultate.

KANALI
KOMUNIKACIJE

Kroz 360° pristup koji je podeljen u imidž i taktički segment prilagođavanjem različitim kanalima komunikacije učinili smo korak napred. Povezali smo se sa TG i pretvorili smo naše korisnike u aktivne kreatore i „saborce“ koji će u našoj kampanji moći da pokažu sopstveni stav i mišljenje.

EGZEKUCIJA

Kroz dinamičan, moderan i kreativan pristup kroz različite kadrove, lokacije i karaktere stvorili smo look&feel kampanju kako bi se emotivno povezali sa TG i proveli ih kroz načela kojim se SBB brend vodi.

POSTAVLJENI CILJEVI

Šta smo želeli da postignemo kampanjom ***KADA IMAŠ IZBOR, BIRAŠ SBB?***

- ✓ Podizanje svesti o brendu i percepcije kod publike koja nas je definisala kao pouzdanog, privlačnog, autentičnog i relevantnog
 - ✓ Povezivanje sa postojećim korisnicima kroz dublju/emocionalnu vezu
 - ✓ Akvizicija novih korisnika koji mogu da se prepoznaju kroz naš brend.

EGZEKUCIJA

Hteli smo da se približimo ljudima kroz
teme i priče koje će
NAS UJEDINITI

Govorimo modernim jezikom koji se zaista
ČUJE
i rečima koje se
OSEĆAJU

KANALI KOMUNIKACIJE

Interni

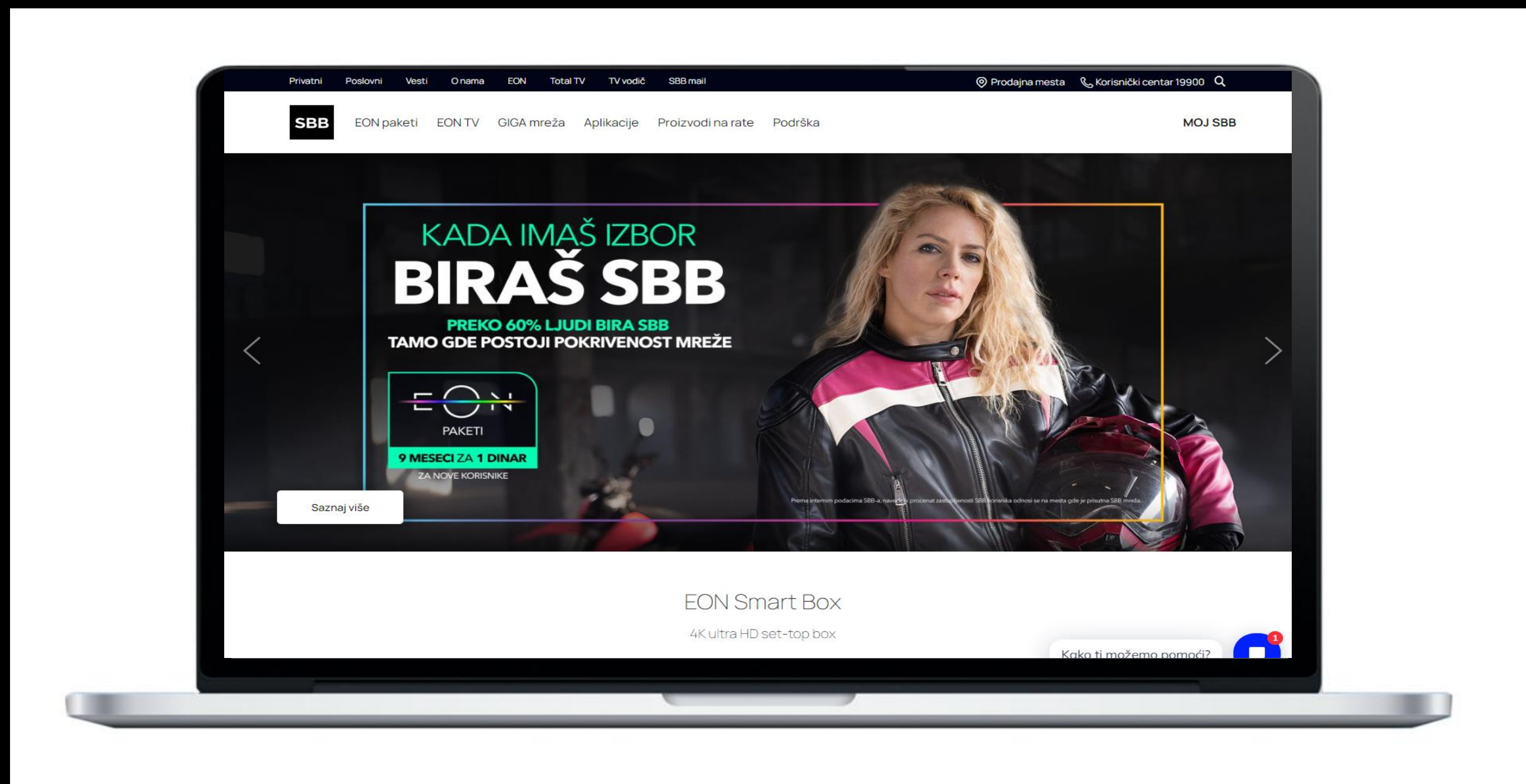
- ✓ Home page baneri na sbb.rs
- ✓ Vest na sajtu sbb.rs
- ✓ Landing page
- ✓ Interni newsletter za zaposlene
- ✓ Shop branding
- ✓ Brendiranje Headquarters

Eksterni

- ✓ TV – nacionalni i digitalni TV kanali
- ✓ OOH static, LED i City lights
- ✓ Digital – Social Media, Google, YouTube, Local display, UM portali
- ✓ Radio - nacionalne stanice
- ✓ Print- lifestyle magazini
- ✓ PR – online portali i UM TV gostovanja
- ✓ BTL – POSM, lokalne promotivne aktivnosti

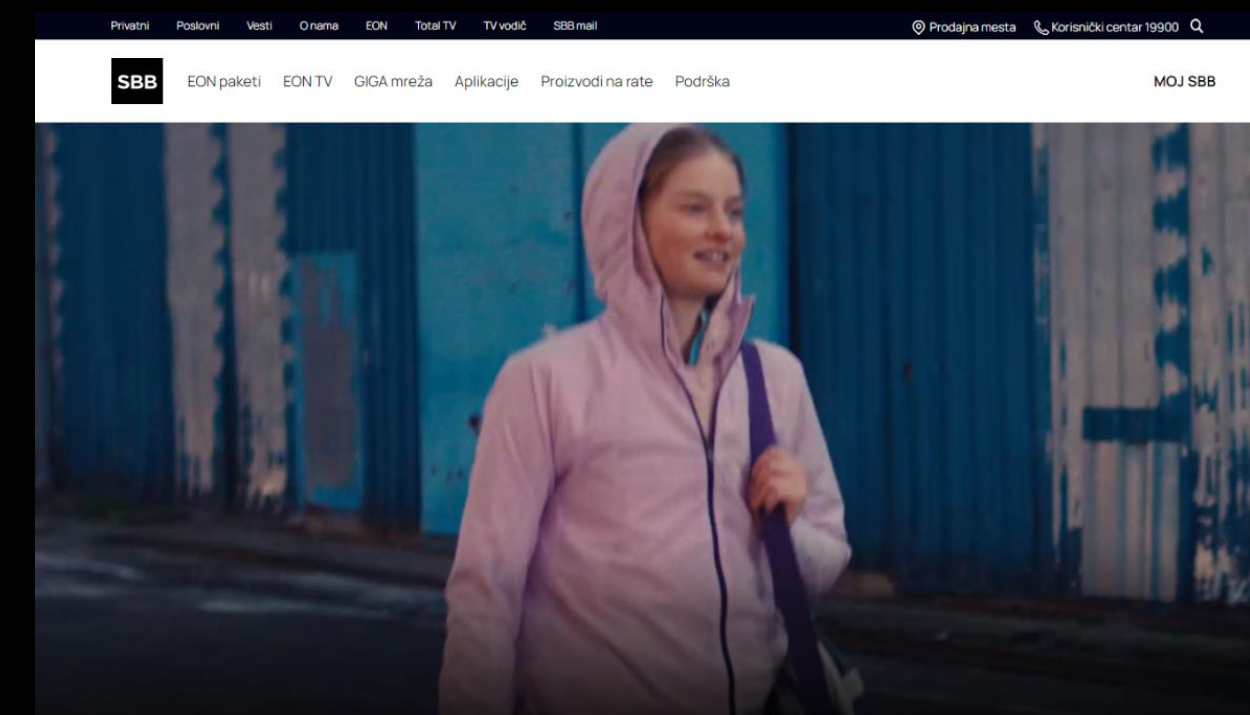
DIGITAL

WEB SITE



Kreirali smo landing page <https://sbb.rs/imas-izbor-biras-sbb/> koji je generisao lidove za postojeće i nove korisnike.

Kroz storytelling smo istakli naše vrednosti i omogućili da se posetioци sajta povežu sa različitim likovima iz kampanje i njihovim pričama u odnosu na sopstvene potrebe.



Kada imaš izbor, biraš SBB

SBB nije samo operator, SBB je stav. I izbor ljudi koji imaju svoje ja, ljudi kao ti. Onih koji veruju u prave vrednosti. U slobodu. Odanost. Hrabrost. Istinu. Raznolikost, ali jednakost. Nove ideje. Zato preko 60% ljudi bira SBB tamo gde postoji pokrivenost mreže.

Kako ti možemo pomoći?

Ti si gospodar svog vremena!

Kada želiš da upravljaš svojim vremenom, da biraš sadržaj baš za sebe, da čuješ i vidiš šire, onda biraš nas!

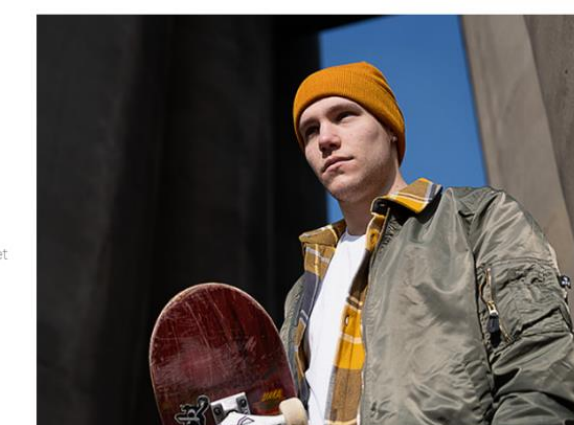


Vreme je da uživaš!

Znamo da želiš dobro korisničko iskustvo, podršku, razumevanje i brzu reakciju na sviki tvoj poziv, mi smo tu da to sve pružimo. Mi verujemo jedni u druge i znamo da bez zadovoljnih zaposlenih nema ni zadovoljnih korisnika. Što smo i pokazali. Prema Deep Dive istraživanju iz maja 2023. imamo najbolje rezultate među operatorima, za korisničko iskustvo.

Daj gas - uzmi sve što voliš!

Mi znamo da je za tebe „must“ vrhunsko TV i internet iskustvo i baš zato i biraš SBB! Prema istraživanju generacije Z i milenijalaca, SBB je dobio nagradu za najboljeg internet provajdera i digitalnu televiziju u Srbiji.



Postani i ti SBB korisnik i uživaj u EON televiziji, ultra brzom internetu i neograničenim pozivima već sada po ceni od **1 dinar prvih 9 meseci** ili obnovi svoj ugovor uz specijalne pogodnosti!

POSTANI SBB KORISNIK

OBNOVI SVOJ UGOVOR

BANERI

Kroz Google kampanju postigli smo veći awareness uz GDN kampanje za Reach, Traffic i YouTube.

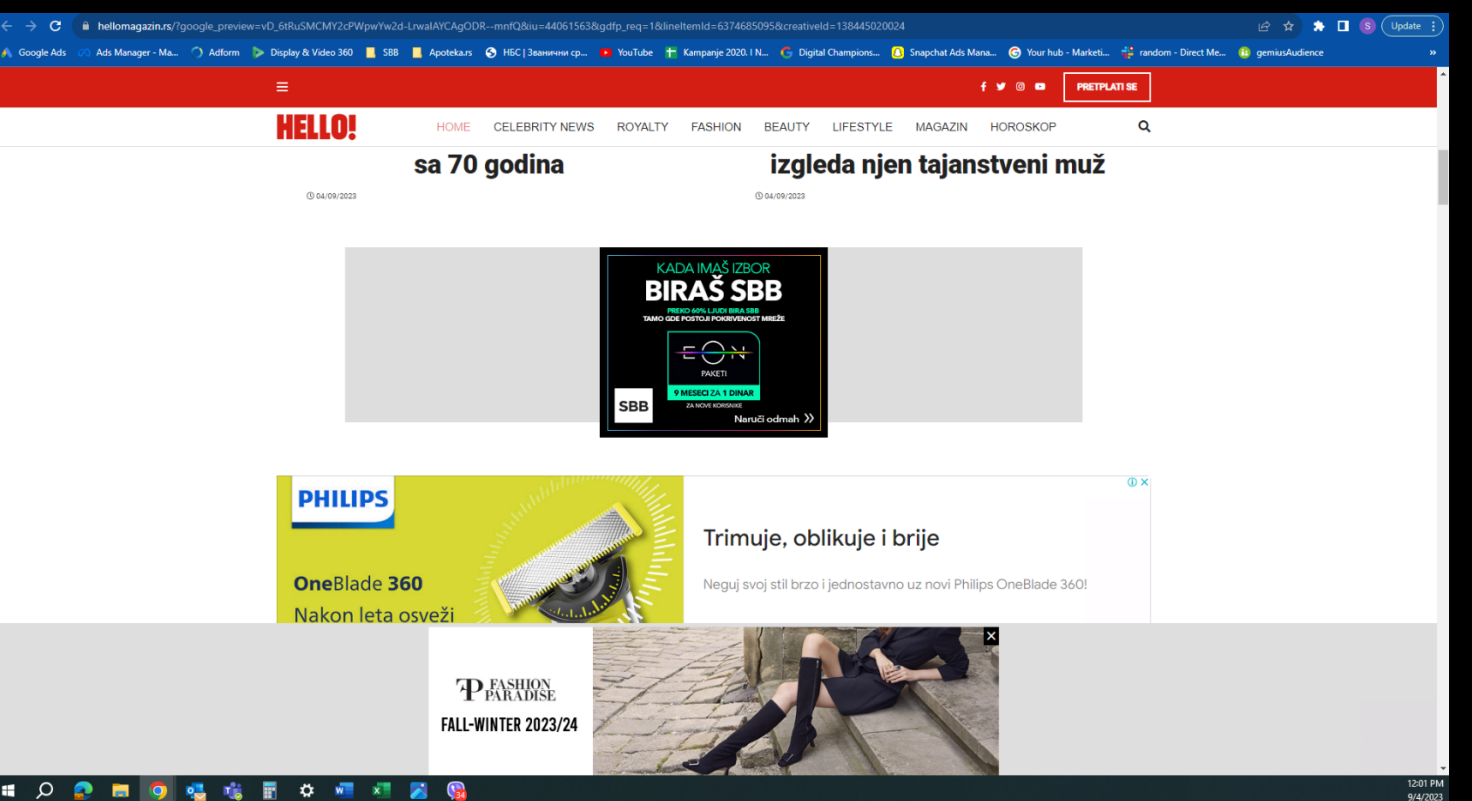
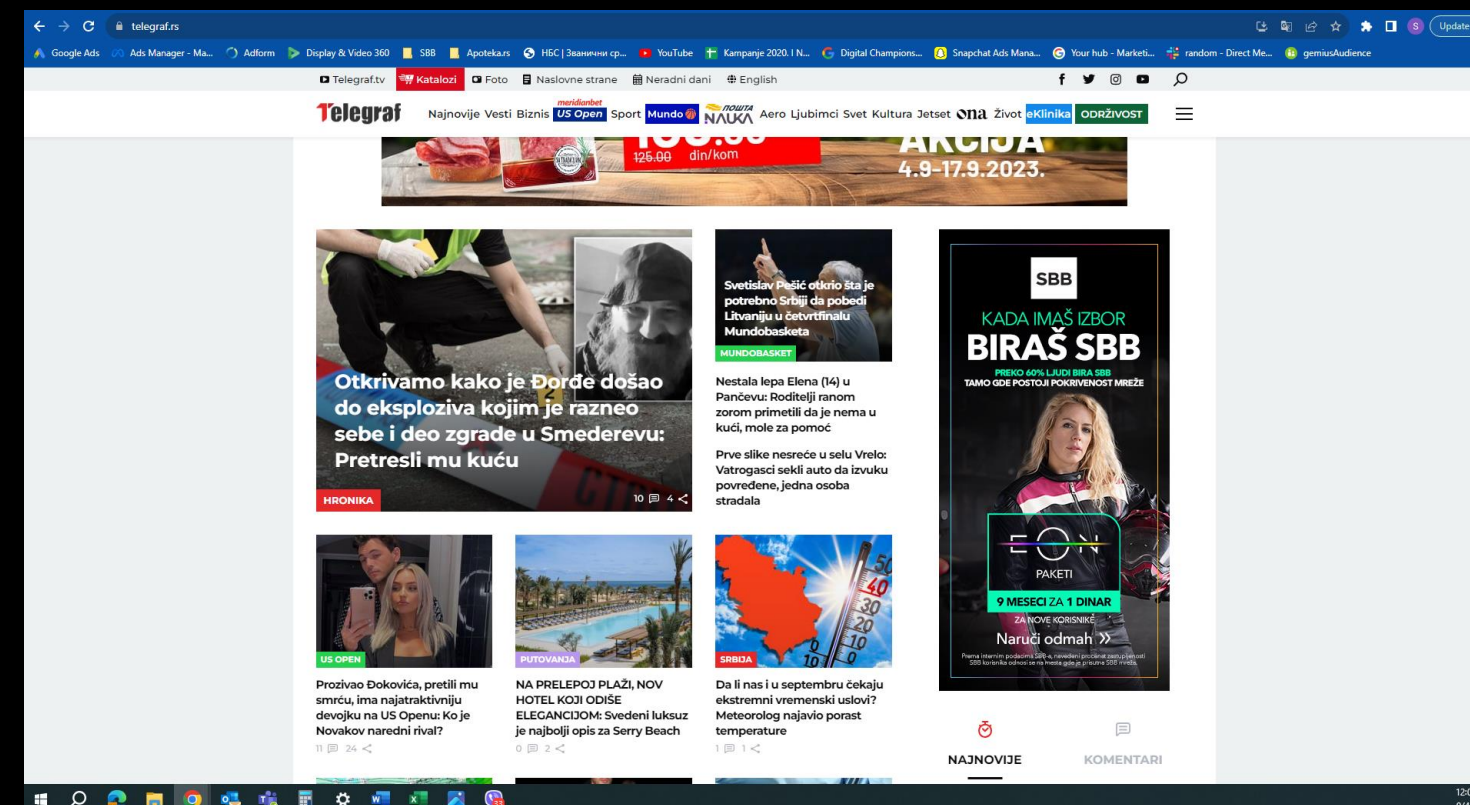
Pored glavne awareness kampanje, uključena je i remarketing kampanja s ciljem da ponovo angažuje sve posetioce stranice sbb.rs usmeravajući ih ka ponudi EON paketa, kako bi doprinela povećanju prodaje i ostvarila postavljene ciljeve.

**Kroz kampanju suočili smo se i sa opstrukcijama jer jedan portal na kome smo zakupili Local Display nije prihvatio da objavi kampanju*



"To je relativno malo prema onim snimcima koje smo videli. Verovatno je u gradu palo više. Po mojoj slobodnoj proceni možda je negde palo 20 litara po kvadratnom metru, što nije tačan podatak. Podaci tek stižu", kaže Todorović.

Objasnio je da se stanice nalaze na udaljenostima 50-70 kilometara jedna od druge, a oblaci su dimenzija od nekoliko kilometara.



REZULTATI

Preko **84M impresija** na svim online kampanjama za 2 meseca

Ukupno je ostvareno **551.524 klikova** i prosečni CTR kampanje iznosi 0,65%

Preko 50k posetilaca na LP i pakete u prvih 10 dana kampanje na sbb.rs

Preko 150k posetilaca & 300K sesija

na LP i pakete do kraja II flight-a kampanje na sbb.rs

U prvih 5 dana **preko 500 online lidova** a do kraja kampanje preko **2.300 online lidova**

Video na You Tube-u broji **1,3M** pregleda

Za period trajanja kampanje generisano je **više od 1.500 web lidova.**

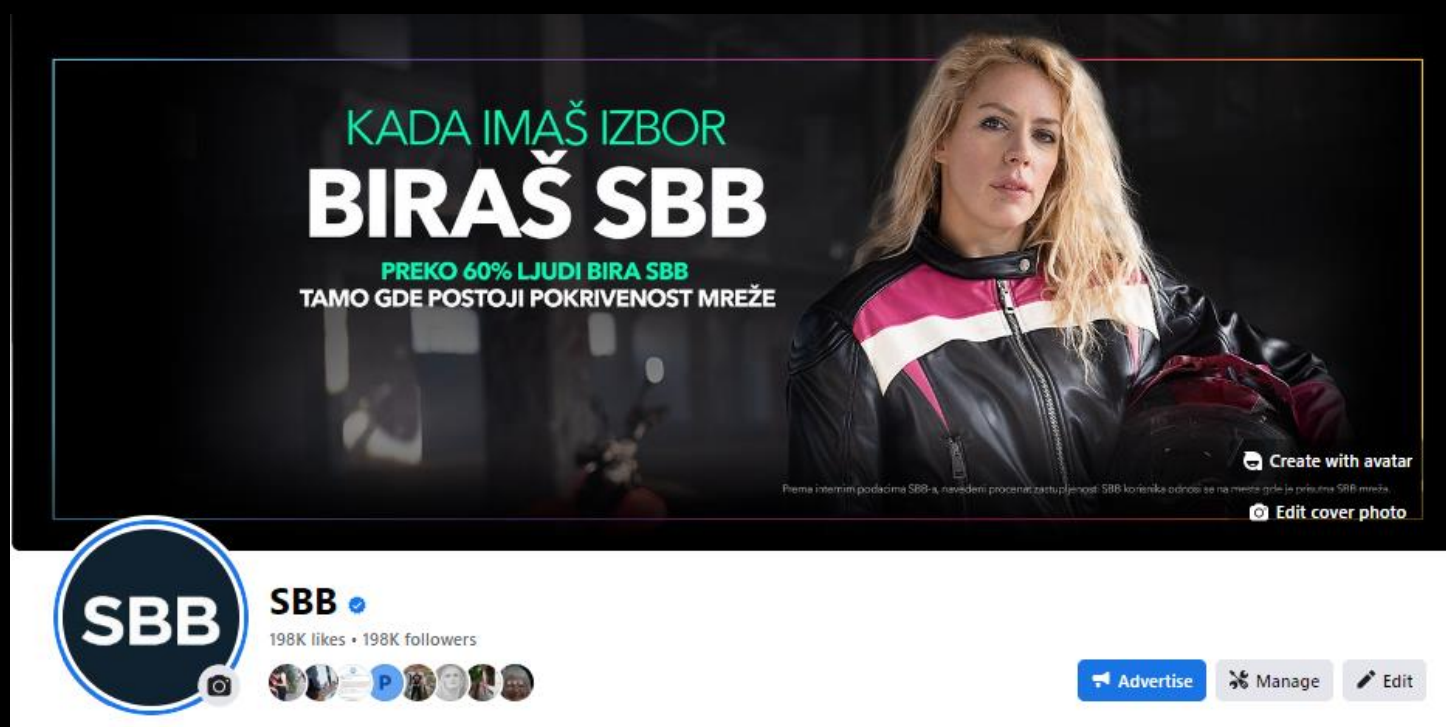
Za period od 2 meseca kampanja na digital-u je dostigla kumulativni REACH od preko 4,5M ljudi tj. kampanja je dostigla 89% ukupne digitalne publike u Srbiji!

**Google rezultati nisu uvršteni u kalkulaciju ukupnog reach-a zbog nedostatka podataka.*

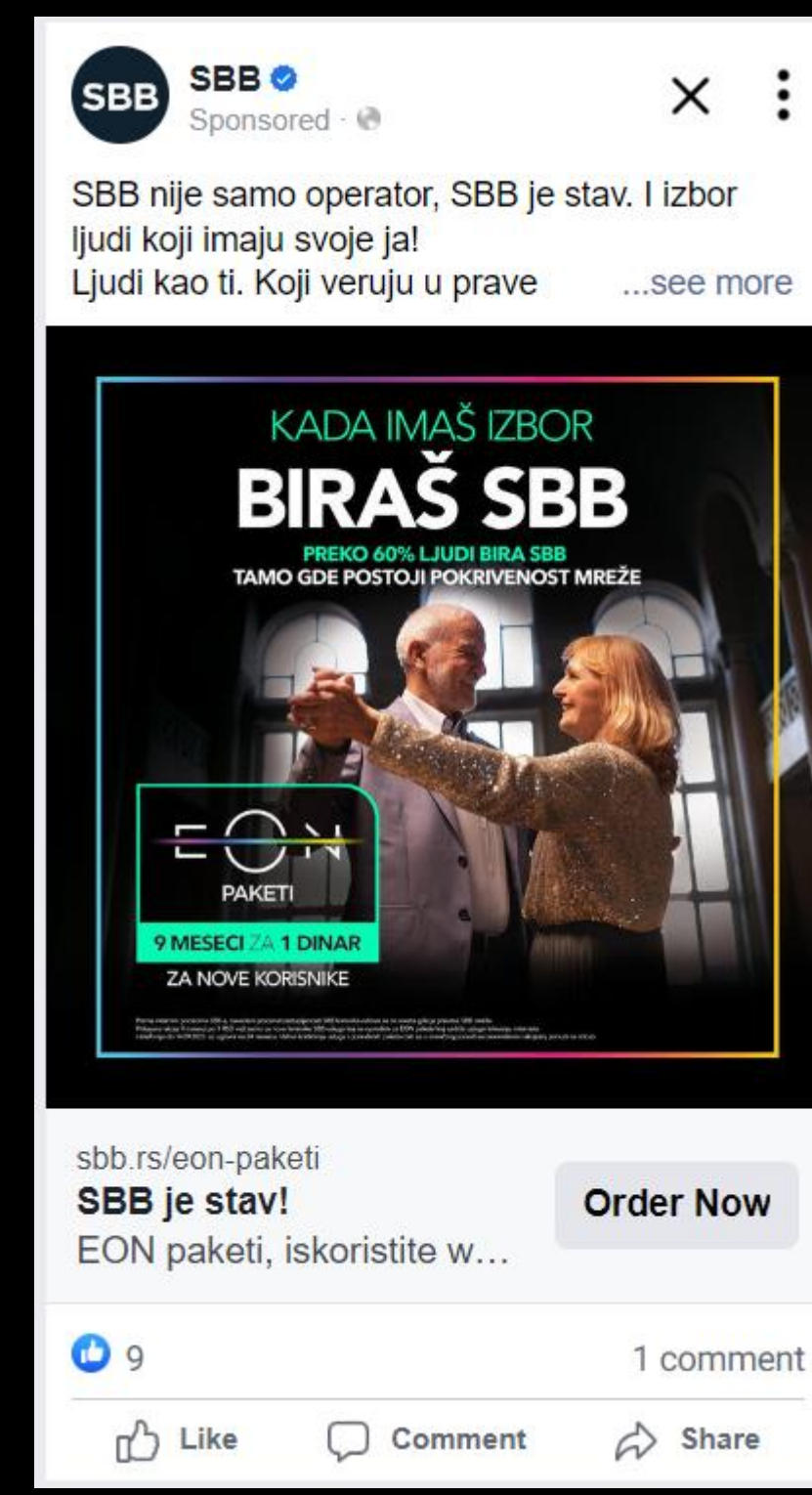
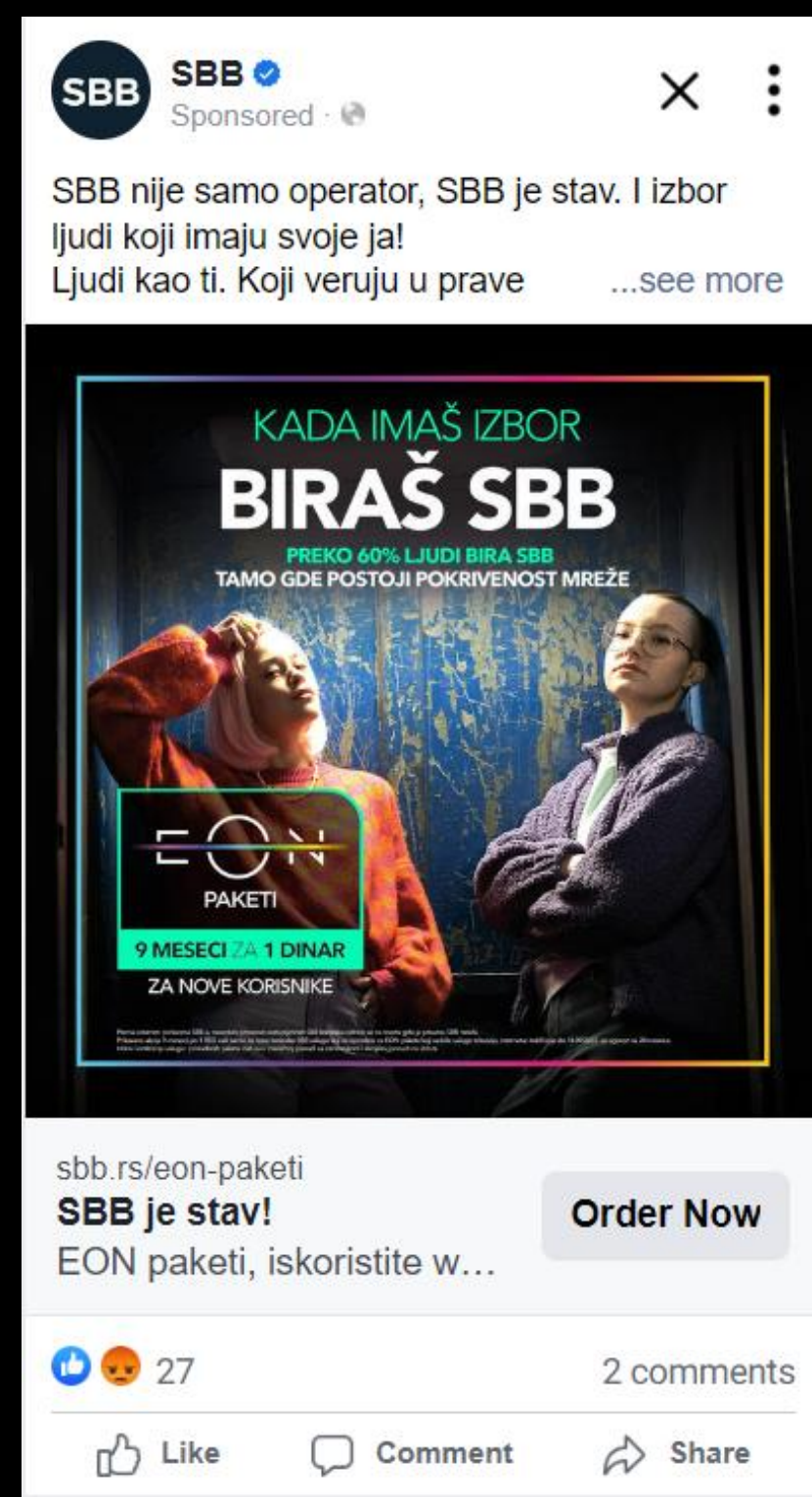
SOCIAL MEDIA

Instagram & Facebook

POSTS



Kroz nekoliko različitih pristupa smo targetirali ciljne grupe, kreirali smo postove koji će omogućiti povećanje brend awareness-a, povećanje baze fanova i bolju interakciju sa brendom. Kombinovali smo statične i video formate. Pristupali A i B testiranju.



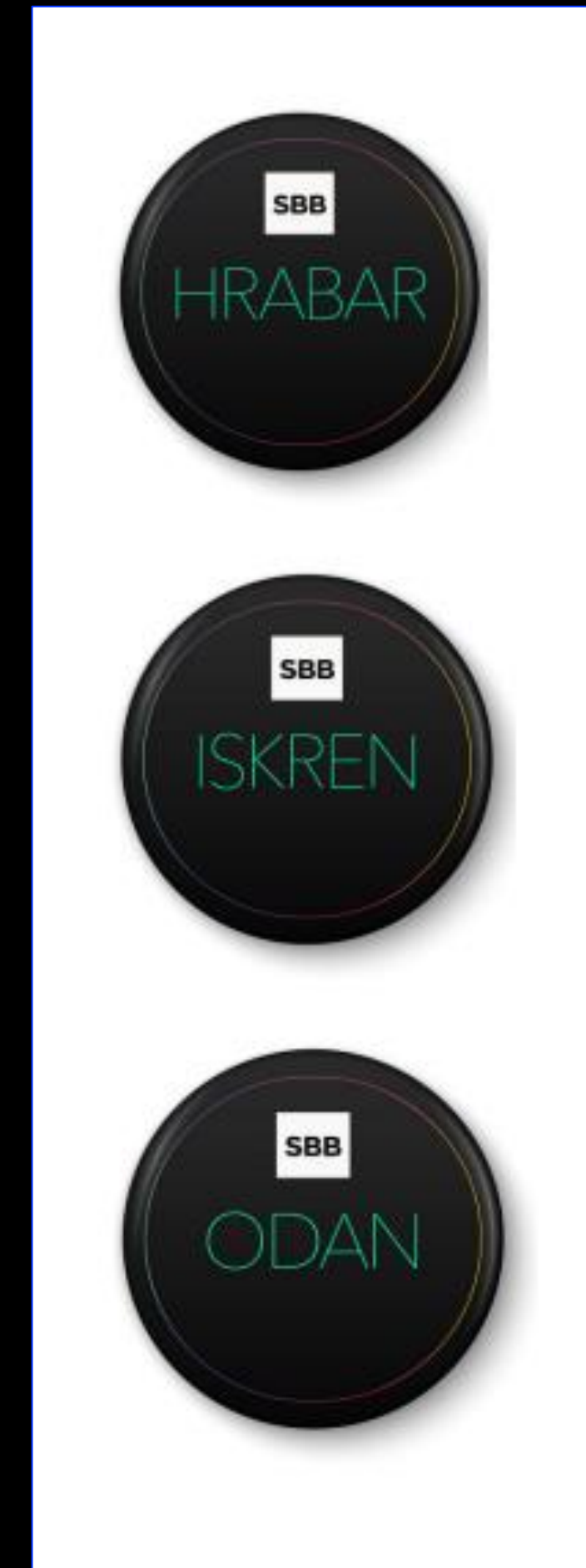
BTL & SOCIAL MEDIA

<https://www.instagram.com/p/Cz4ao0jsHw7/>



Organizovali smo promociju filma „Čuvari formule“ u shopping centru. Kako bi osvojili karte, naši pratioci su učestvovali u aktivaciji na Instagramu.

U bioskopu su ih dočekale kokice kao i SBB poklon iznenađenja sa brandingom kampanje „Kad imaš izbor biraš SBB“.



PLAY

SOCIAL MEDIA

TikTok

Naše prisustvo na TikToku se dešavalo kroz različite emisije...

ISTINA ILI IZAZOV

Ispitanici koji su odabrali istinu i dali su odgovore na škakljiva pitanja i time pokazali da imaju svoj stav, da su iskreni i da veruju u prave vrednosti i za to su dobili od nas nagradu.

Sa druge strane, oni koji su odabrali izazov uradili su nešto zaista hrabro i za to su takođe dobili nagradu.



PLAY

Vrhunac emisije Istina ili izazov bio je u vidu nagrade - vaučer u iznosu od 12.000 dinara!

Devojka koja je pozvala osobu sa kojom nije u dobrim odnosima kako bi se izvinila i izgladila odnos je pokazala da zaista zaslužuje ovu nagradu.



PLAY

SALES ORIENTED & HONEST REVIEWS INTERVJUI

Emisija u kojoj smo promovisali trenutnu akciju za nove korisnike - 6 meseci po 1 dinar.

Klipovi su se odnosili na:

Pitanje šta može da se kupi za 6 dinara?

Koliko koštaju bioskopske karte?

Koliko se plaćaju streaming platforme?



PLAY

Ispitanicima je pokazan promo video SBB kampanje gde smo ih pitali da iskreno prokomentarišu video, kažu na šta ih asocira, kao i to da li u videu postoji nešto sporno s obzirom na to da je cenzurisan na jednom kanalu nacionalne frekvencije.



PLAY

INFLUENSERI

Fokus influensera [Cane. Official](#) je mogućnost izbora i prikaz kako su ljudi bez istog prinuđeni da prihvataju lošije opcije.

Kad im je izbor sužen ili onemogućen, primorani su da uzmu ono što im se nudi kao jedina alternativa.

Kada imaju neograničen izbor onda biraju najbolje za sebe.



cane.official
Cane.official

Follow

112 Following 521.3K Followers 13.4M Likes

IG: @Canee.official | YT: Cane
✉ Nemanjacanezivkovic@gmail.com
👉👉 CANE SQUAD 👉👉
🔗 invite.viber.com/?g2=AQBm6...



PLAY

REZULTATI I KOMENTARI

Preko 1,1M impresija

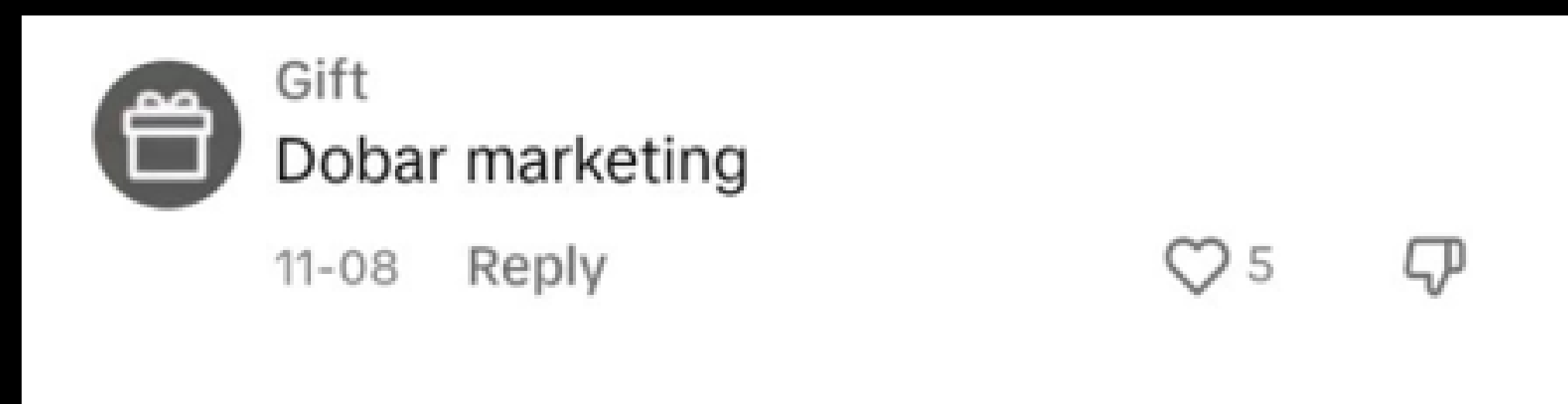
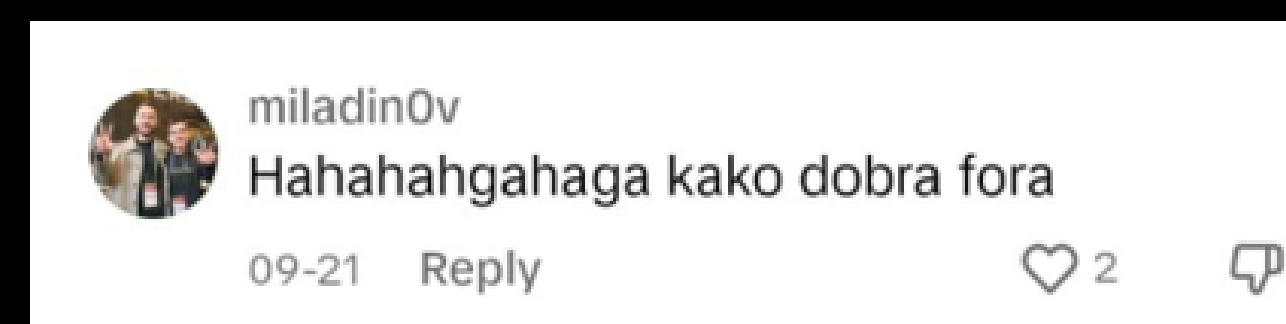
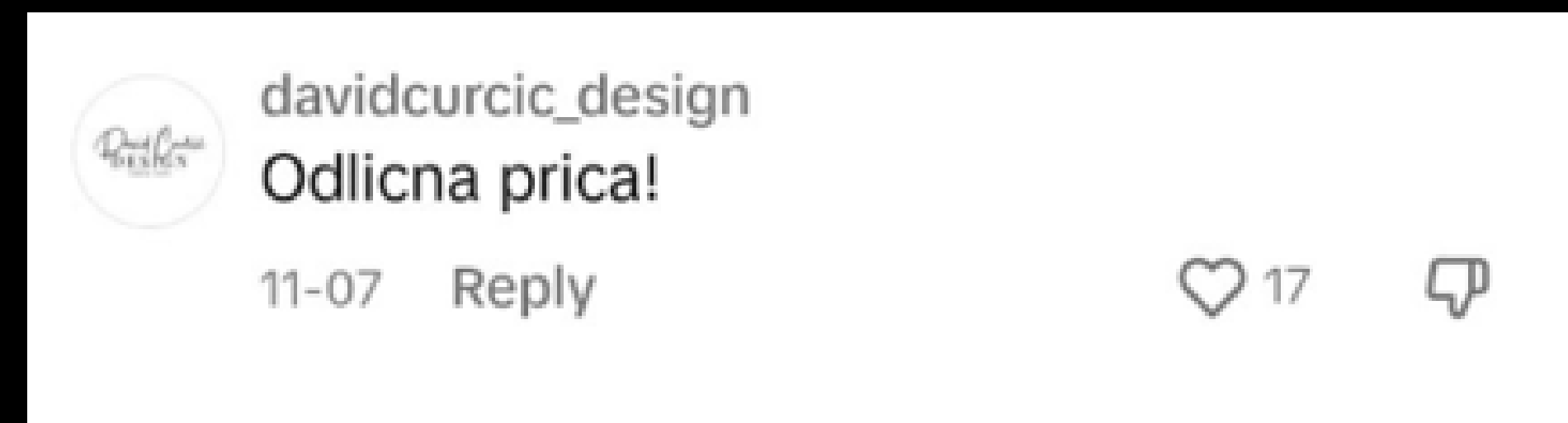
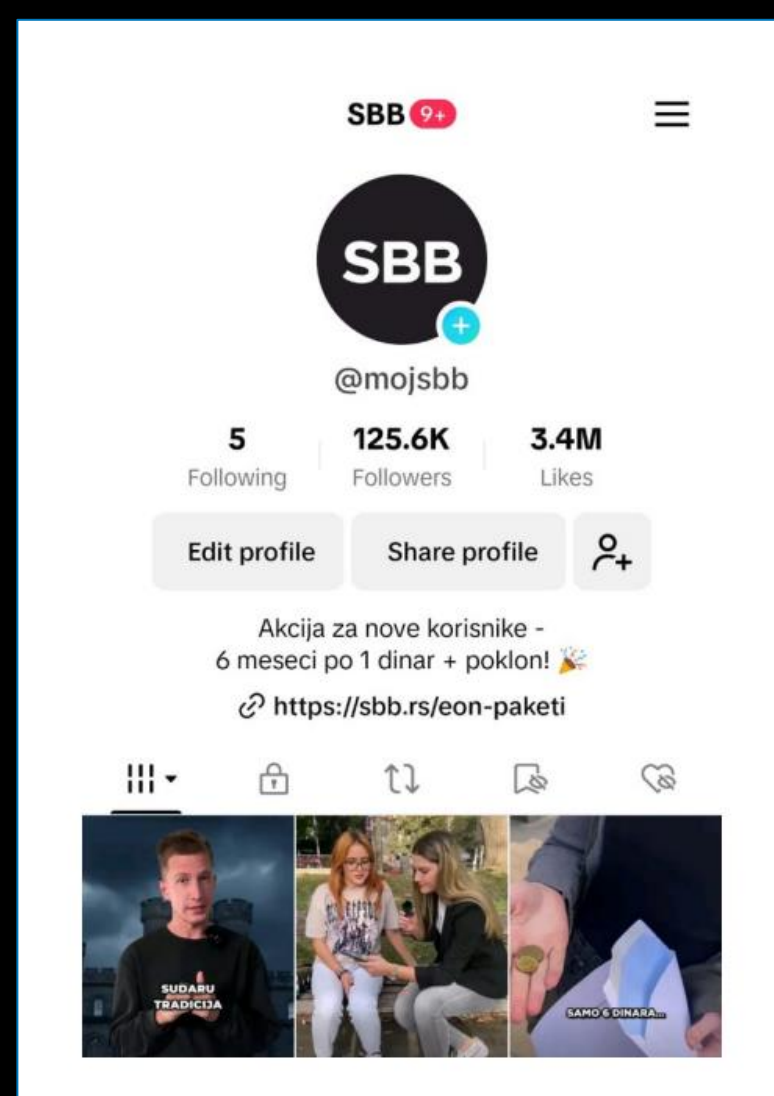
Ukupno objavljen **31 video**

Prosečan broj impression-a po videu **37.857**

Ukupan broj lajkova **46.458**

Ukupan broj komentara **111**

Ukupan broj share-ova **516**



KADA IMAŠ IZBOR BIRAŠ SBB

*Napomena:
U I i II flightu imali smo izazove sa prekidima emitovanja na nacionalnim stanicama što nam je otežalo da se u snažnom intezitetu u isto vreme na svim kanalima komunikacije emituje kampanja. Stopirani smo bili na PINK i TV PRVA stanicama, ali su one potom nastavile sa emitovanjem dok je na RTSu krenula kampanja, a onda je stopirana bez pismenog obrazloženja. Takođe, Mondo.rs je stopirao oglašavanje na svom online portalu.*