

Bankovní gaming láme rekordy

Výsledky

Místo standardní kampaně na mladé jsme vytvořili **odvážné spojení značky s gamingem** a vytvořili spolu s Mastercardem první herní edici platebních karet a unikátní kombinaci online hry s reálnými zážitky v reálném prostoru.

Již průběžný zájem o karty potvrzoval správnost strategie, ale konečné výsledky předčily všechna očekávání.

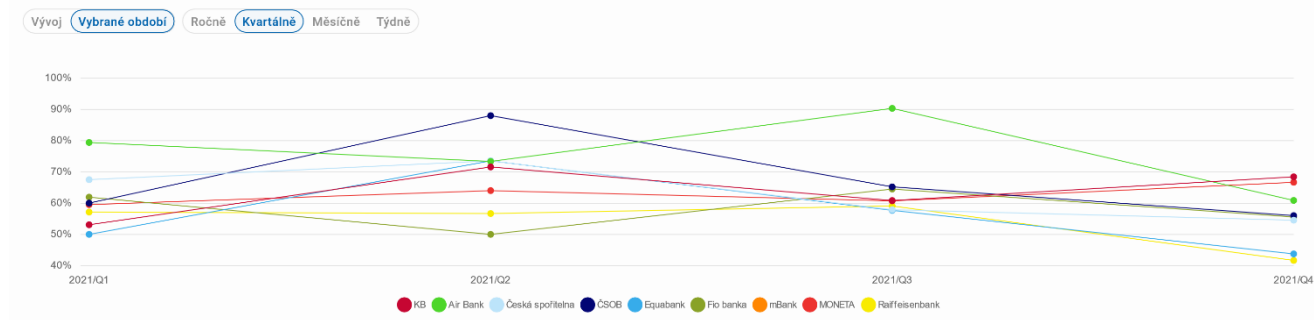
Karty Mastercard s motivy League of Legends se staly **nejúspěšnější limitkou v historii Komerční banky**, a to u stávajících i nově akvírovaných klientů, kterých bylo **rekordních 19 %** (původní plán jsme tím **překročili takřka dvojnásobně!**).

Do online soutěže se zapojilo **neuvěřitelných 7396 vícečlenných týmů** a od počítačů jsme jich během offline finále dokázali **zvednout hned 686**.

Kampaň tak zbořila nejen komunikační a prodejní rekordy v rámci Komerční banky, ale také **hned dva rekordy národní, které jsou oficiálně zapsané v České knize rekordů** (Největší šifrovací online hra & Největší šifrovací hra).

Komunikační výsledky:

- Brand Commitment Index po skončení kampaně **narostl o neuvěřitelných 60 % a o polovinu tak překonal původní plán (+40 %)**
- Index Brand Emotional Connection **vzrostl díky kampani o 8 %** (vs. původní cíl +5 %)
- zároveň se mezi mladými zvýšila i ochota doporučit KB **o 8 %** (vs. původní cíl +5 %)
- znalost značky v mladší cílové skupině **narostla na 97 %**
- image KB jako digitálně kompetentní banky vzrostla mezi mladou generací o 28 % na hodnotu 68 % a dostala se tak na první místo mezi sledovanými konkurenčními bankami (z předposledního místa před kampaní):



Obchodní výsledky:

- karet z limitované edice League of Legends se podařilo vydat **rekordních 1567 ks**, čímž jsme **původní ambiciózní plán překročili o 57 %**
- hned **19 % žadatelů** o karty bylo navíc úplně novými klienty a ke Komerční bance přišli právě kvůli herní limitce – původní cíl akvizičního potenciálu se podařilo **splnit na 190 %**

Kromě **dvou zápisů do České knihy rekordů** pak kampaň Komerční banky a Mastercardu zaujala i ve světě, a to přímo vydavatele hry League of Legends – společnost Riot. Ta totiž vyjádřila zájem o **zapůjčení všech 5 námi vyrobených soch na světový šampionát** (tzv. Worlds), který pořádá. A jehož finále každoročně **sleduje přes 100 milionů lidí** po celém světě.

Na základě úspěchu komunikace se pak Komerční banka a Mastercard rozhodli nejen dále pokračovat ve spojení s gamingem, ale **své herní aktivity ještě výrazně rozšířit** i v letošním roce. Na konci června tak společně uspořádali v O2 Universu historicky největší český turnaj ve hře League of Legends.

Zdroj dat:

1. porovnání 05/2021 před kampaní vs. 10/2021, kdy akce vrcholila – NMS, Brand tracking KB
2. interní prodejní data KB a Mastercard