

Promozione "Save the Music"



 UniCredit Banca

Periodo: Ottobre 2006 - ottobre 2007

Cliente: UniCreditBanca

Servizio / Prodotto:
Servizi accessori a Genius Free



Obiettivi cliente:

Rinnovare i contenuti extra-bancari del prodotto già esistente dando nuovo impulso all'accensione di nuovi conti

Strategia adottata:

PlayYoung propone al marketing di UCB di creare una promozione legata al mondo della musica e, più specificatamente, di rendere appeal il proprio conto, scegliendo come partner la Apple ed il suo articolo più di tendenza, l'iPod.

La partnership con Apple:

PlaYoung individua nella **Apple** la società cool per raggiungere gli obiettivi di rinnovamento della propria offerta di contenuti extra-bancari e nell' **iPod** l'oggetto maggiormente ambito dal target di riferimento.



I contenuti e la meccanica:





La meccanica prevede delle schede **"Instant Win"** legate all'accensione del conto

Chiunque apra un conto nel periodo di promozione riceverà pertanto una scheda **"Cancella e vinci"** che darà la possibilità di vincere uno dei 1.700 iPod.

Inoltre, è stata pensata anche una meccanica di **"Member Get Member"** per spingere i già correntisti a presentare degli amici. Ad entrambi, verrà **regalata una scheda "Cancella e Vinci"**.



Le attività di Play Young per UniCredit Banca:

-  **Progettazione** e coordinamento operativo dell'iniziativa;
-  **Selezione** del partner e consulenza nella realizzazione dell'accordo;
-  **Pratiche ministeriali** per la richiesta di autorizzazione del concorso;
-  **Ideazione e gestione operativa** della promozione.

