

Nemzetközi díjat nyert az UniCredit kampánya

Első díjat nyert pénteken Berlinben a The Digital Communication Awards „Competition” kategóriájában az UniCredit Bank. A „Korszakalkotók” kampányt egy case study film és a verseny döntőjén bemutatott személyes prezentáció alapján találta a legjobbnak a kommunikációs szakemberekből álló nemzetközi zsűri. Magyar kampány első alkalommal nyert díjat ezen a szakmai versenyen.

Szeptember 28-án Berlinben tartották a The Digital Communication Awards döntőjét, ahol a shortlistes kampányok csapatai live pitch keretében mutatták be munkájukat a zsűrinek. Az Abstract koncepcióján alapuló UniCredit-kampányt „Competition” kategóriában találták a legjobb megoldásnak. Ebben a kategóriában az online felületek kreatív és innovatív használatát díjazták, valamint azt, hogy az adott aktivitás mennyire illeszkedett a márka stratégiájába és mennyiben építette azt. A zsűri a stratégiai megközelítést, a kreatív ötletet, a megvalósítást és a kampány eredményességét egyaránt vizsgálta.

A Korszakalkotók a Bank 2017-ben indult brand awareness kampánya volt, amelyben 3-3 ígéretes tehetséget mutattak be, 3 kategóriában: ízevilág, vizuális művészet, zene. A 9 tehetségre a kampány microsite-ján lehetett szavazni. A 3-3 milliós fődíjat végül Magyarósi Éva animációs filmrendező, Villányi Dániel zongoraművész és Losonczi Bálint borász vehették át. Ők azóta már dolgoznak a kampányban meghatározott szakmai céljaik megvalósításán.

A díj kapcsán Marco Iannaccone, a bank általános vezérigazgató-helyettese elmondta: A programot a jelöltek, a zsűri, valamint a bank munkatársainak és felsővezetőinek szoros együttműködése vitte sikerre. Az UniCredit ezzel a kampánnyal bizonyította, hogy nemcsak a pénzügyi tranzakciók világában van otthon, hanem a mecenatúra területén is, hiszen a kampány során olyan embereket mutattak be, akik inspirálnak, tanítanak, erőt adnak mindenkinek, aki céljai elérésért dolgozik.

„A kampány weboldalát csaknem 121 000-en látogatták meg. A látogatók több, mint 5 percet töltöttek a honlapon, ami kivételes eredmény, hiszen az emberek átlagosan 1,5 perc figyelmet szentelnek egy weboldalnak. Az UniCredit ügyfelek banki tranzakciókkal is gyűjthettek pontokat a jelölteknek: összesen több mint fél milliárd forintot konvertáltunk pontokká. Ezek elképesztő számok, amelyek mindannyiunkat lenyűgöztek. Hatalmas öröm számunkra, hogy ezeket a kiváló tehetségeket szakértelmünkkel, kapcsolatrendszerünkkel és támogatásunkkal partnerként tudtuk segíteni útjukon” – hangsúlyozta Marco Iannaccone.

A tehetségeket bemutató weboldal korábban már szintén díjat nyert: a korszakalkotok.unicreditbank.hu az „Az Év Honlapja Abszolút Díj”-jal is büszkélkedhet.



A Digital Communications Awards (DCA)

A digitális kommunikáció az egyik leggyorsabban növekvő ágazattá vált. A Quadriga Alkalmazott Tudományi Egyetem 2011-ben indította el a Digital Communication Awards-ot, mint az online kommunikáció európai versenyét. A vezető szakemberekből és akadémikusokból álló szakértői zsűri egyedülálló online projekteket és kampányokat díjaz Európa-szerte.

Az UniCredit

Az UniCredit sikeres páneurópai kereskedelmi bank, amely teljesen integrált vállalati és befektetési banki szolgáltatásaival, valamint egyedülálló nyugat-, közép- és kelet-európai hálózatával áll széles, 26 milliós ügyfélköre rendelkezésére. Az UniCredit kínálatában a helyi és nemzetközi szakértelem egyaránt elérhető ügyfelei számára, akiknek európai bankhálózatán keresztül páratlan hozzáférést nyújt 14 országra kiterjedő fő piacainak vezető bankjaihoz: Olaszországban, Németországban, Ausztriában, Bosznia-Hercegovinában, Bulgáriában, a Cseh Köztársaságban, Horvátországban, Magyarországon, Oroszországban, Romániában, Szerbiában, Szlovákiában, Szlovéniában és Törökországban. Képviseleti irodáinak és fiókjainak nemzetközi hálózatán keresztül az UniCredit világszerte további 18 országban szolgálja ki ügyfeleit.