

Czytanie? Ubezpieczenia?

Nuuuuuda!

insight

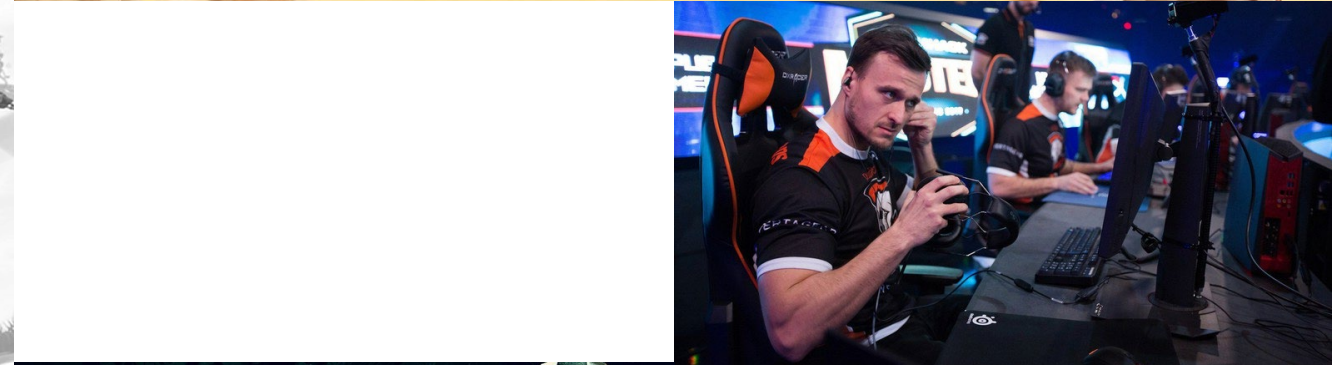
czytanie jest nudne i dla starych. więc co zrobię?



big idea

Collaborate. Listen. Play!

egzekucja



target group

- e-sport:

13 mln graczy (7+)

4 mln – fani (16-35, wyższe wykształcenie, wyższe dochody)

- Nationale-Nederlanden

30+ (wyższe wykształcenie, wyższe dochody, rodzina)

- Storytel

młodzi: 15-24

touchpoints

gaming | e-sport

influencerzy na swoich kanałach (YT, Twitch, IG, FB, Twitter)

eventy (Mistrzostwa, premiery gier, turnieje, spotkania z graczami)

korzyści

Storytel

- Unikalny i rozrywkowy content
- Sposób na dojście do TG
- Wizerunek Storytel jako miejsca, gdzie znajdę rozrywkę dla siebie

Gracze

- Unikalny i rozrywkowy content
- Bycie „z grą” „poza grą”

Nationale-Nederlanden

- Brand experience
- Brand preference
- Zmiana wizerunku marki (analog → digital)
- Pozytywny odbiór obecności marki w świecie e-sportu

Producenci gier

- Lojalizacja graczy
- Poszerzenie oferty dla fanów

insight

„Czytanie jest nudne
i dla starych.
Więc co zrobię?
Będę grał w grę!”

big idea

Collaborate.
Listen.
Play!

target group

13 mln graczy
i 4 mln fanów e-sportu

egzekucja

unikalne dodatki do gier CS:GO i Fortnite do
odblokowania po odsłuchaniu contentu w Storytel
unikalny content na bazie gier we współpracy
z wyrazistymi influencerami ze świata e-sportu,
dostępny w Storytel

touchpoints

gaming | e-sport
e-sportowi influencerzy na swoich kanałach
(YT, Twitch, IG, FB, Twitter)
eventy (Mistrzostwa, premiery gier, turnieje,
spotkania z graczami)