

Csavard ki
a technológiádból
az **emberi értéket!**

Az emberi **érzések**

Öröm

Csodálkozás

Bánat

Düh

Undor

Félelem



WAVEMAKER
MEDIA. CONTENT. TECHNOLOGY.

Emberi érték,

amivel ezek közül az
első kettőt ki lehet váltani

- ajándékozás, humor, elismerés, segítség ...
(örömet vált ki)
- találékonyság, tanítás, humor ...
(csodálkozást)



A technológiák **furcsák**

ha **nem**
működnek,
akkor mind
a négy negatív
érzelem típust
egyszerre
váltják ki



A technológiák **furcsák**

ha
működnek,
önmagukban
nem váltják ki sem
az örömet sem a
csodálkozást. 😞



Telekom mint **technológiai** szolgáltató

Érthetően, nehéz helyzetben van.

A tradicionális reklám ígérete
„hogy jóleszneked” gyakran kevés,
egyre növekszik azoknak az embereknek a száma
akinek az ígéret kevés

Tehát tettek kellene.



Válasszuk az ajándékozást

Milyen
a jó ajándék?

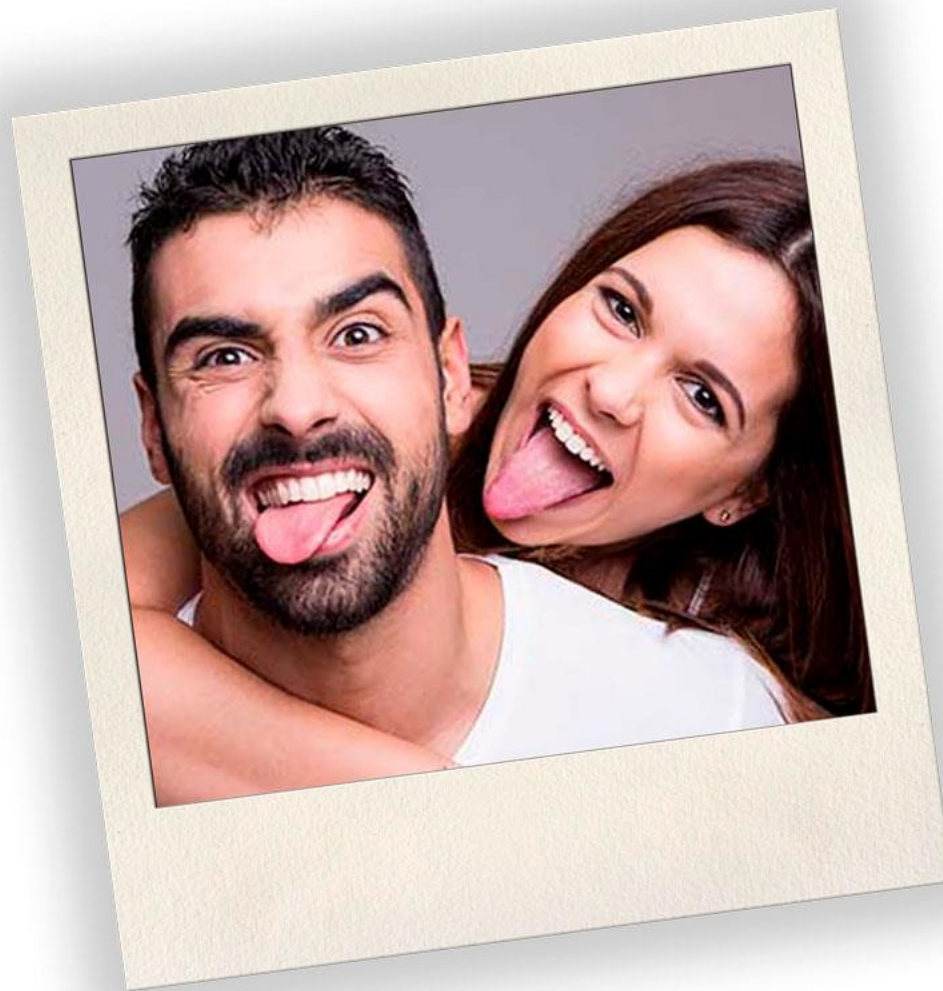
Perszonalizált.

Amiben meglátja magát
az ajándékozott.

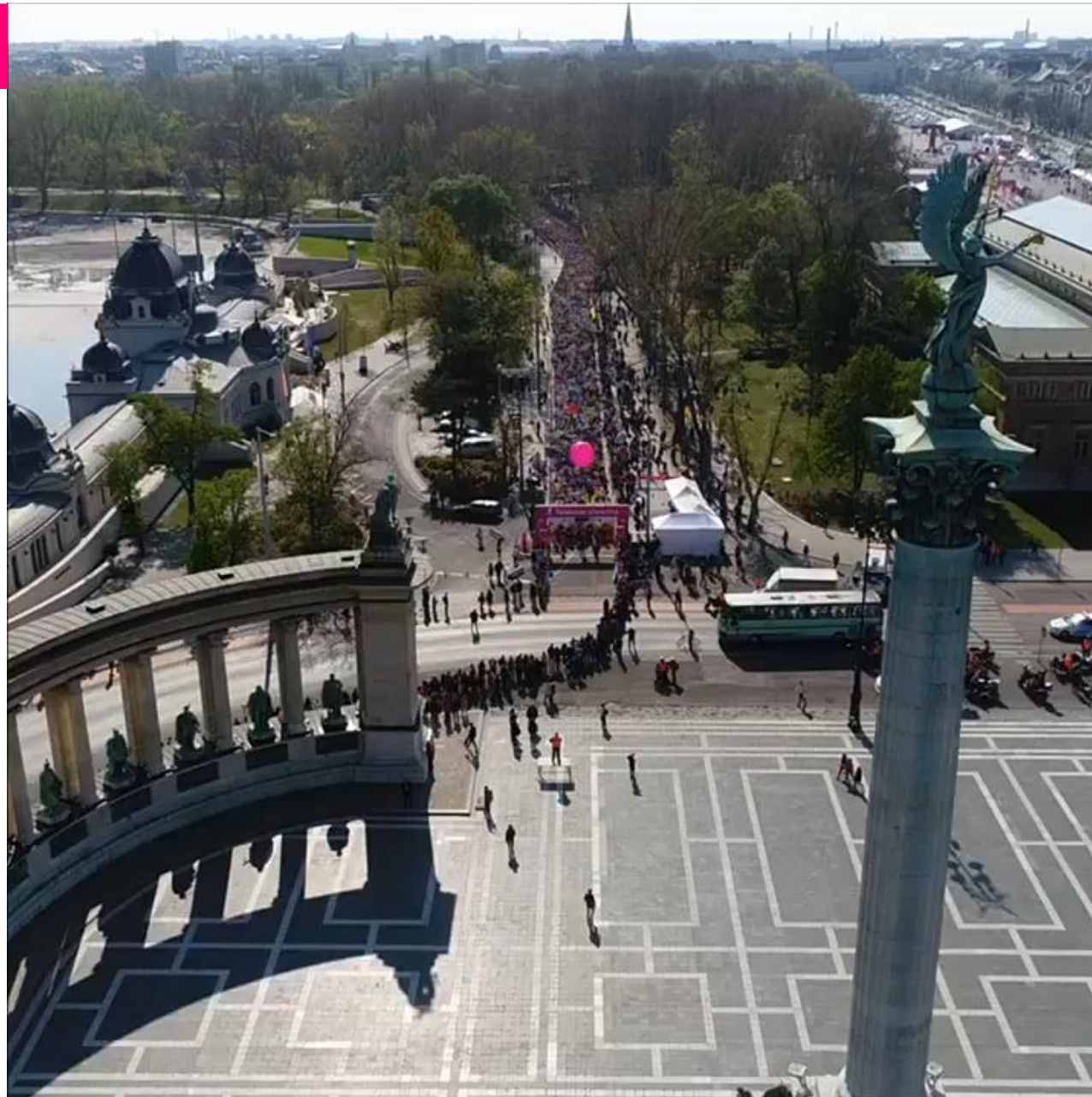




Egy **közös kép**,
vagy egy **közös videó**
is jó ajándék,
a megfelelő formában de,
hogy kerül közös képre
a Telekom és
a felhasználói?







Mi kell hozzá **technológiailag?**

pontos,
automatizált
időmérés,
SIM kártyás
mérő állomások



WAVEMAKER
MEDIA. CONTENT. TECHNOLOGY.

Mi kell hozzá **technológiailag?**

időméréssel
szinkronizált
robotkamerák



Mi kell hozzá **technológiailag?**

robot kameráknak
óriási adatátviteli sebesség
(4G, 5G, optikai internet)



Mi kell hozzá **technológiailag?**

felhőben,
korlát nélkül elérhető
számítási és tárhely kapacitás



Mi kell hozzá **technológiailag?**

automatizált
kiküldés



Mi kell hozzá **technológiailag?**

egy saját
microsite



Mi kell hozzá **technológiailag?**

és mobil vagy
otthoni internet,
hogy a videókat
meg is lehessen nézni



Milyen **extra** kell még hozzá?

egy lelkes csapat,
akik bármilyen kihívásra
azt mondják, hogy
zuhanjunk neki



Umbrella
Collective



POMs Cloud
Ltd.



Budapest
Sport Iroda

Milyen **extra** kell még hozzá?

egy jó rendező, aki koordinálja
a légi és földi stábokat, aki jó érzékel
tudja keverni a videókból megjelenő
motívumokat, a bemelegítés közös hangulatát,
a légi felvételeket, a város szépségét
ahol a verseny zajlik, és magát
a főszereplőt, az egyedi futót,
mindezt 1 perces filmbe



Milyen **extra** kell még hozzá?

egy rutinos motoros, versenyszervező, aki megmondja, hogy amikor a futókat felveszed videóra, akkor csak ide oda pattogó fejeket látsz, úgyhogy vacak lesz az egész, és ezt mélyen megértve, azt tudjuk mondani, hogy bár a világ legnagyobb szívása üzembiztos slow-motion kamerákat szerezni, egyszerűen ezt a kritériumot nem engedhetjük el.



Milyen **extra** kell még hozzá?

és egy jó ügyfél,
aki partner abban,
hogy közösen viseljük az
innovációban rejlő rizikót.
-> Meglepetés video



Az eredmény

11.500

perszonalizált videó 4 óra alatt

15.000 nevező volt a versenyen

12.000-en rajthoz álltak

11.500 be is érkezett a célba



Az eredmény

74%

Az elkészült videókról
kimenő értesítő email
megnyitási rátája
74% vs. 25% BM



Az eredmény

10%

A videók megosztási rátája 10%.

(pedig általában tized százalékos megosztási rátával már elégedettek szoktunk lenni)

Az egyedi megosztott videók
átlagosan 100+ megtekintést generáltak



A médiás **tanulság**

Nem csak az a fontos,
hogy direktben kit ajándékoztunk meg,
hanem az, hogy ő rajta keresztül még
ki mindenkihez jutottunk el.

Ha meg tudod szólítani az embert a túloldalon,
akkor ő rajta keresztül sok mindenkihez fogsz eljutni.
Ez hordozza az üzleti értéket.