

# Akviziční drop mail kampaň pro FERRATUM

Připravil tým promofactory, červen 2014



# Produkt a cíle

- **Produkt:**
  - Krátkodobá půjčka, kterou klient získá snadno a rychle z pohodlí domova, bez zbytečné administrativy a vyptávání
- **Cíle:**
  - Akvizice nových zákazníků prostřednictvím pilotního projektu
  - Vyhledat a oslovit je cíleně prostřednictvím jiných komunikačních kanálů než Ferratum dosud používalo
  - Hodnotícím kritériem úspěšnosti pilotní akce je počet uzavřených smluv, sekundárně počet získaných nových kontaktů – **min. 200 smluv**



# Cílová skupina



**Muž/žena 21+** (85 % nad 25 let), nejčastěji žijí v menších městech sami nebo nesezdání s partnerem, základní vzdělání nebo vyučen



**Maminky na mateřské dovolené**, z menších i větších měst. Ženy mnohdy i lepšího sociálního statutu, které musí najednou vyjít z malou mateřskou, už jim došly úspory, nemají partnera..

Velmi afinní CS vůči reklamám



# Komunikace a mechanika

„Nevycházíte pár dní před výplatou nebo si toužíte něco koupit?“



**DROP MAIL závěs na schránky**  
**AKČNÍ NABÍDKA 2.000 Kč bez navýšení + SOUTĚŽ**  
 Vybraná města v okolí slabších poboček  
 Cca 40.000 schránek



**Nabídka speciální PROMO AKCE**

**Navíc SOUTĚŽ o 5x 5.000 Kč**  
 Výběr z došlých SMS a WEB kontaktů (x-tý v pořadí)

*„Půjčíme Vám 2.000 Kč, a když je do 14 dnů vrátíte, neplatíte nic navíc“*

**Výzva k půjčce SMS nebo ON LINE na webu Ferratum**

**VÝBĚR VÝHERCŮ**



