



Puhutaan rahasta – Näin pankki herätti millenniaalien kiinnostuksen

Mervi Rantakari

team leader, natiivi- ja vaikuttajamarkkinointi, A-lehdet

Haaste:

Miten pankki herättää millenniaalien kiinnostuksen?

Miten jäyhäksi mielletty pankki saa nuoremman kohderyhmänsä kiinnostumaan palveluistaan? Miten vaikeistakin raha-asioista voi viestiä helposti ja ymmärrettävästi?



Tavoite:

Rakentaa mielikuvaa Nordeasta helposti lähestyttävänä pankkina 20–30-vuotiaiden millenniaalinaisten kohderyhmässä.



1981-1997

MILLENNIAALIT

Y-SUKUPOLVI



TYYPILLISIÄ PIIRTEITÄ

Yhteisöllinen ja avoin muutokselle. Arvostaa joustavuutta ja vapautta.



MEDIAKÄYTTÖ

Omaksuu nopeasti uusia kanavia. Viihtyy napit korvilla ja selailee somea työmatkalla.



KULUTTAMINEN

Panostaa elämyksiin ja kokemuksiin. Testaa mielellään eri tuotemerkkejä.



BRÄNDIT JA MAINONTA

Suosii brändejä, jotka jakavat saman arvomaailman.



***Multitaskaavat* millenniaalit luottavat
suositteluun ja valitsevat tarkasti, mihin
he haluavat *aikansa käyttää*.**



”Millenniaali pitää koukuttaa olemalla siellä, missä hekin ovat. Kanavan lisäksi sisällöllä on väliä: vain merkityksellistä ja oikeaäänistä sisältöä halutaan kuluttaa.”

Päätoimittaja Mari Karsikas, Trendi ja Lily



Ratkaisumme: *Kepeää hyötysisältöä*

Käsitellään raha-asioita tyylillä, joka rikkoo Nordealle perinteistä mielikuvaa ja rakentaa lähestyttävyyttä.

Chatfiction | Podcast | Vaikuttaja | Natiiviartikkelit | Printti
Nyt puhutaan rahasta.



Chatfiction

Viihteellistä kerrontaa puhelimen ruudulle

- Somedraama etenee fiktiivisten päähenkilöiden WhatsApp-keskusteluissa.
- Nordea kietoutui luontevalla tavalla pilke silmäkulmassa kirjoitetun sarjan juoneen.



Vaikuttaja

Samaistuttavaa puhetta vertaiselta

- Raha, ura ja vastuullinen elämä ovat Anna Kauhalan kanavissa tuttuja aiheita.
- Anna jakoi henkilökohtaisia kokemuksia rahasta ja vastasi yleisön kysymyksiin Nordean asiantuntijoiden avulla.



Podcast

Hyötytietoa helposti omaksuttavassa muodossa

- 3 jaksoa
- Juontajana Anna Kauhala
- Vieraina Nordean asiantuntijat
- Vastauksia millenniaalien kysymyksiin säästämisestä, sijoittamisesta ja lainoista



Podcast

- Vaikuttajan henkilöbrändi ja kaupallinen asiantuntija rakentavat uskottavuutta.
- Kun sisältö kiinnostaa, kaupallinen yhteistyö ei vähennä suosittelua.
- Kaikkea ei tarvitse pureskella valmiiksi: hyvä podcast tarjoaa ajattelemisen aihetta.



Tietoa kivassa paketissa valmiiksi pureskeltuna

- Natiivisisällöt Lilyssä ja Trendissä pohjautuivat kyselyyn, joka selvitti mitä raha merkitsee millenniaaleille.
- Kohderyhmän näkemyksiä rahasta: isoja ylpeydenaiheita ja kirpaisevia mokia.



Kampanja tavoitti onnistuneesti kohderyhmän eri kanavissa

150 000

Chatfictionin
näyttökerrat

1 500

Podcastien
käynnistykset

17 500

Blogien ja
natiiviartikkelien
lukijamäärä
Lily.fissä

126 000

Advertoriaalien
lukijamäärä
Trendissä



Shoppailuhäpeää ja eläkesäästämistä,
tunnistatko itsesi näistä
rahatarinoista?

”Sisällöt olivat informatiivisia, kohderyhmän ehdoilla tuotettuja käytännön ratkaisuja arkisiin rahankäyttöön liittyviin tilanteisiin. Mediaratkaisut ottivat loistavasti huomioon kohderyhmän mediankäytön ja puhuttelutavan.”

Senior Marketing Partner Joni Ruotsalainen, Nordea



Shoppailuhäpeää ja eläkesäästämistä,
tunnistatko itsesi näistä
rahatarinoista?

Editkilpailu:

Vuoden markkinnoillinen ratkaisu

”Nordea onnistui *Puhutaan rahasta* -kampanjalla tarjoilemaan usein vaikeiksi tai epäkiinnostaviksi koetut raha- ja pankkiasiat millenniaalinalaisille upean arkipäiväisellä ja helposti lähestyttävällä tavalla. Keinovalikko huomioi kohderyhmän mediankäytön erityispiirteet, ja tärkeä aihe hyötyi monipuolisesta käsittelystä.”

**Tyylikkäästi toteutettu ja
yhteiskunnallisesti tärkeä kampanja.**

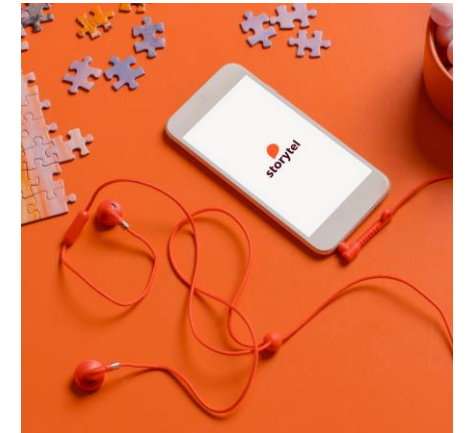


4 x näin herätät *millenniaalin* *kiinnostuksen*

1. Tarjoa sisältöä tyhjiin hetkiin.
2. Lähesty toisen millenniaalin kautta.
3. Ole aito ja tuo iloa arkeen.
4. Tarjoa ratkaisuja ja uusia näkökulmia.



Ääni kiinnostaa kaikissa kohderyhmissä



...ja paljon
muuta



Kiitos!

puhutaan rahasta
TRENDI x Nordea

Säästäminen ja sijoittaminen
Puhutaan rahasta

Nordea
on sijoittanut rahojaan

Unelmia ja elämyksiä
Nordean ja Trendin kyselyssä otettiin selvää, mitä raha merkitsee vastajille. Joakus se vaikuttaa myös sosiaalisiin suhteisiin.

93% varautuu pahaan päivään

Kiinnostaako säästäminen?
nordea.fi/säästämissuunnitelma

Nordea

Nordea
KAUPALLINEN YHTEISTYÖ

DETTI-TUKI
Aino, Mikka, Sina

Mikka
NO?!!

Aino
No?

Mikka
NO?!!!!

Aino
Tää jäähä... En kes

Mikka
Mä en koskaan enää mee treffeille

ilvy
Shoppailuhäpeää ja eläkesäästämistä, tunnistatko itsesi näistä rahatarinoista?

