

## **BRIEF**

# **CASE STUDY COMPETITION 2019**

**PODUZEĆE:** ZAGREBAČKA BANKA D.D.

**KATEGORIJA POSLOVNOG SLUČAJA:** Marketing

**KOORDINATOR:** Karla Žeželić, [karla.zezelic@estudent.hr](mailto:karla.zezelic@estudent.hr)

**NAZIV POSLOVNOG SLUČAJA:** Predstavljanje banke i aktivacija mladih na studentskim događanjima („Zavrtni priču!“)

### **OPIS TEME POSLOVNOG SLUČAJA:**

Tema poslovnog slučaja je predstavljanje Zagrebačke banke i aktivacija mladih na studentskim događanjima, a sve sa ciljem podizanja reputacije i popularnosti banke kao poslodavca i promocije proizvoda za mlade (Paket za mlade, Mastercard Student kartica, studentski krediti i blog stranica [www.tkokaze.hr](http://www.tkokaze.hr)). Osnovni zadatak je razrada detaljnog koncepta pomoću kojega bismo privukli mlade ljude na štand/ kutak/prostor prilikom predstavljanja Zagrebačke banke na raznim događanjima na kojima su mladi/studenti primarna ciljna skupina. Događanja koja su nam primarno u fokusu se usmjerena na fakultete ekonomskog i IT usmjerenja. Koncept treba obuhvaćati razradu kreativne ideje za predstavljanje banke te uključivati razvoj aplikacije za aktivaciju mladih na studentskim događanjima. Važno nam je da je koncept jednostavno izvediv na bilo kakvom tipu događanja, uz tablet, laptop ili neki drugi manji ekran. Želja nam je diferencirati se od ostalih brendova (iz i izvan financijske industrije) te na zanimljiv, interaktivan način involvirati mlade te stvorili kod njih interes/buzz efekt na događanjima na kojima je prisutna Zagrebačka Banka.

Od 2015. godine na izuzetno kompetitivnom bankarskom tržištu su se značajno aktivirale sve banke i to primarno na targetu 18+ godina. Zagrebačka banka je percipirana kao leader u bankarskoj industriji, a komunikaciju prema mladima pojačali smo 2016. godine sa

kampanjom koja je promovirala Paket za mlade i poziciju ZABA-e kao *Student friendly* banke te uvođenjem stranice za mlade [www.tkokaze.hr](http://www.tkokaze.hr). Shvaćamo da su mladi vrlo bitan segment za sadašnje i buduće poslovanje, a sa novim trendovima mijenja se način na koji možemo dosegnuti mlađu ciljnu skupinu te je stoga vrlo bitno prilagoditi se i doseći mlade na adekvatan način ne samo kao postojeće i buduće klijente nego i kao potencijalne kadrove. Prateći trendove i potrebe naših budućih klijenata (Vas) i zaposlenika ispred vas smo postavili *case study* u kojem bismo voljeli vidjeti vaše ideje s kojima bismo na događanjima na kojima smo prisutni mogli "iskočiti" iz mase te privući potencijalne nove klijente i kadrove. Da se predstavimo ne samo kao poželjan poslodavac nego i kao banka koja ih razumije i koja će, ukoliko ju odaberu biti njihov pratilac od povjerenja kroz životne izazove.

**DODATNE INFORMACIJE:** (linkovi i literatura koji mogu pomoći u rješavanju slučaja)

- [www.tkokaze.hr](http://www.tkokaze.hr) Zabina stranica za mlade.
- Primjeri trenutnog predstavljanja Banke na studentskim događanjima: [Smotra](#), [JoomBoos](#), [SC](#), [PC](#), [Job Fair](#), [DumpDays](#).
- Generacija Z i tržište rada: [članak](#).

**FORMAT RJEŠENJA:** PPT, word, tablice i grafikoni u Excelu, PDF, video ili prema izboru.

**OBAVEZNE STAVKE RJEŠENJA:**

I) **Istraživanje tržišta** – fokus na target (studenti), napraviti anketu sa studentima/mladima u svrhu što boljih insight, a koristiti kao dodatni argument predloženom konceptu

II) **Prijedlog koncepta** – detaljna razrada ideje/koncepta predstavljanja banke na studentskim događanjima (npr. Studentska smotra), vizualni identitet/dizajn koncepta i pratećih materijala (POS materijala, branding materijala, potrebne opreme, promo artikala i slično). Navesti argumente za odabrani concept, kako bi nas upravo taj concept diferencirao od ostalih.

III) **aplikacija za aktivaciju studenata** –Prikaz na koji način bi aplikacija radila i kako bi izgledala (ako je nešto jednostavnije predlaže se i izrada). Prijedlog mora biti ostvariv bez velikih ulaganja i mora biti iskoristiv u narednih nekoliko godina.

**KRITERIJ BODOVANJA:**

Kriterij	Ocjena	Doprinos ukupnoj ocjeni	Ukupno
Cjelovitost rješenja – razrada cjelokupnog koncepta	0-5	10 %	
Kreativnost i inovativnost rješenja	0-5	30 %	
Izvedivost rješenja	0-5	10 %	
Cjelovitost prezentacije rješenja	0-5	15 %	
Kvaliteta predanog rješenja	0-5	15 %	
Razrada aplikacije za aktivaciju studenata	0-5	20%	
		UKUPNO:	

**DODATNE POGODNOSTI:** obavljanje stručne prakse, prilika za predstavljanje budućem poslodavcu, finalna tri tima imat će mogućnost provesti jedan dan u marketingu Zagrebačke banke te iz prve ruke dobiti uvid u svakodnevne poslove i funkcioniranje odjela.