**Credit Agricole wyróżniony w konkursie Golden Arrow**

**Bank Credit Agricole zdobył dwa wyróżnienia w prestiżowym konkursie branży marketingowej Golden Arrow 2018. Docenione zostały innowacyjne rozwiązania zastosowane w obsłudze wniosków kredytowych przez telefon oraz w internetowej kampanii Konta dla Ciebie z udziałem Dawida Podsiadło.**

W kategorii Open Credit Agricole został wyróżniony za projekt „Uważny bank – nie do pominięcia”. Przy użyciu filmów typu pre-roll udało się zminimalizować pomijanie reklam banku na platformie YouTube.

- Przed 30-sekundowymi spotami emitowanym w ramach kampanii w Internecie dodaliśmy

różnorodne „dokrętki” ze scenkami aktorskimi w wykonaniu Dawida Podsiadło, inspirowanymi treścią spotów głównych. W każdej takiej dokrętce Dawid, w zaskakujący sposób i z typowym dla siebie humorem, nawiązując do mechanizmu „skipowania” reklam zachęcał, aby widzowie nie pomijali reklamy i obejrzeli cały spot – dodaje Anna Płachta, dyrektor Departamentu Zintegrowanej Komunikacji Marketingowej i Digital w banku Credit Agricole.

Zastosowanie tej kreatywnej formy zachęty sprawiło, że ponad 50 proc. wyświetleń spotów zakończyło się ich obejrzeniem, a więcej niż połowa widzów zobaczyła reklamy do końca.

Natomiast w kategorii Digital Marketing - Innowacja Internetowa wyróżnione zostało rozwiązanie Credit Agricole o nazwie TeleBot. Jest to algorytm sztucznej inteligencji wykorzystywany do zwiększenia efektywności kampanii kredytu gotówkowego.

- Od 50 do 95 proc. leadów pozyskiwanych z Internetu jest niskiej jakości, ponieważ zawiera błędne dane albo pochodzi od osób już niezainteresowanych ofertą. W związku z tym ponad połowa czasu pracy call center na obsługę takich kampanii nie przynosi zysków. TeleBot pozwala na przeprowadzenie zautomatyzowanego procesu pre-weryfikacji jakości leadów, bez zbędnego angażowania pracowników – tłumaczy Anna Płachta.

Dzięki pracy TeleBota odsetek kontaktów niedodzwonionych spadł z 49,9 do 5,3 proc. System poprawnie zidentyfikował i odrzucił 88 proc. leadów, co istotnie wpłynęło na efektywność pracy konsultantów.

Golden Arrow to jeden z najbardziej prestiżowych konkursów w polskiej branży marketingowej. Organizowany od 2006 r. przez Polskie Stowarzyszenie Marketingu i VFP Communications ma na celu promowanie efektywności w działaniach marketingowych i innowacyjne rozwiązania w reklamie. Jury konkursu złożone z ekspertów branży reklamowej poddaje analizie i ocenie największe kampanie przeprowadzone w minionym roku. W konkursie mogą uczestniczyć agencje komunikacji marketingowej, domy mediowe, firmy, kontrahenci oraz podmioty gospodarcze, które na zlecenie osób trzecich lub w celu promocji własnej zrealizowały pełną i spójną kampanię marketingową lub uczestniczyły w jej realizacji.