



Spořka vs Gaming, win win!

Pokles atributu „Je přitažlivá pro mladé lidi“ jsme u cílové skupiny 18–24 let v Q3/23 po gaming kampani úspěšně zastavili. **Z nejnižší hodnoty za poslední 2 roky – 18 – jsme se dokázali dostat na historické maximum 32,5**, které v nadprůměrných hodnotách držíme dále.

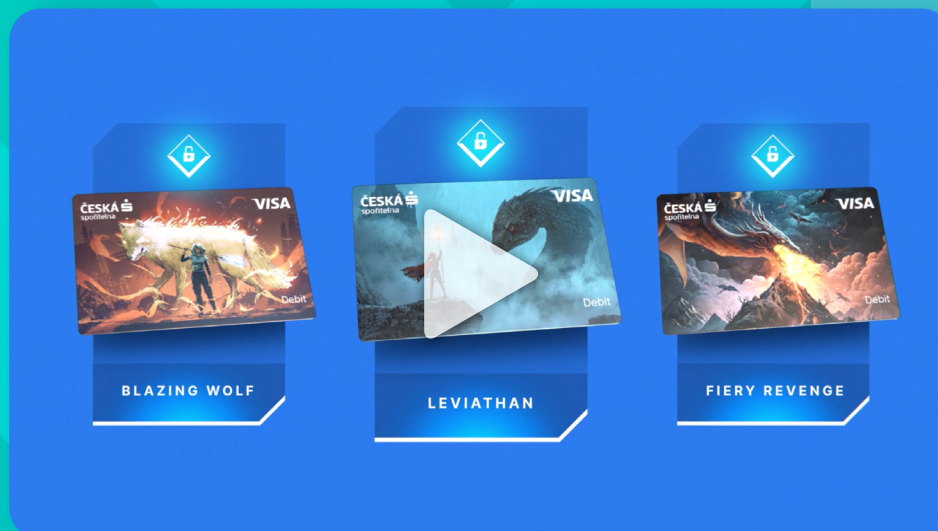
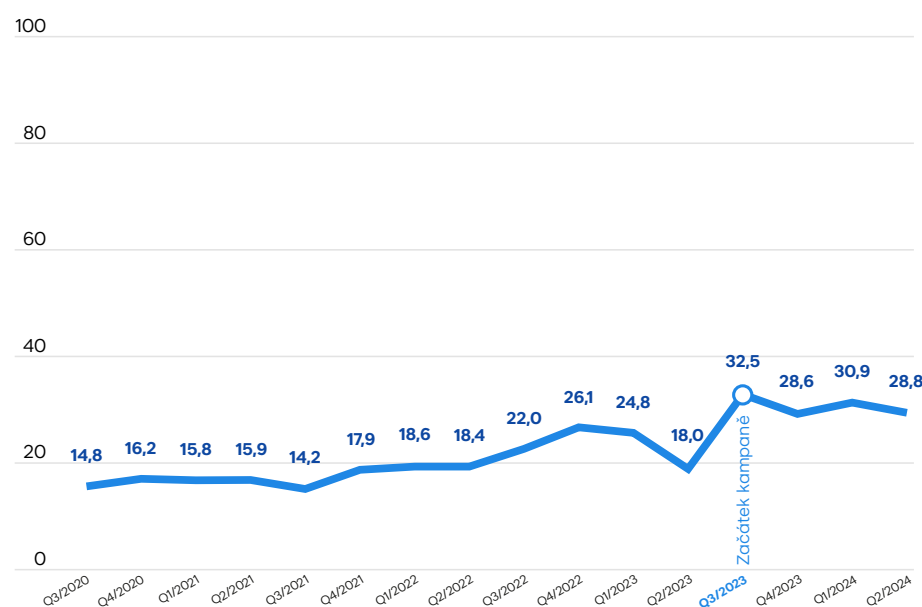


Image atribut „Je přitažlivá pro mladé lidi“



Speciální gaming nabídka v moneybacku – Xbox game pass – se vyčerpala za pouhých 30 hodin a její skutečné využití se dostalo dokonce na historické maximum 52 % napříč všemi nabídkami.

