

[A kreatív közösséghez fordul a Duna House](#)

Új módszerrel keres nevet jövőbeni pénzügyi szolgáltatásának a Duna House cégcsoport. A hazai kreatívokat tömörítő KreaNod online közössége körében írtak ki névadó pályázatot, ezzel gyarapítva azon cégek sorát, amelyek a crowdsourcing eljárást veszik igénybe kreatív feladatok megvalósításához.

A Duna House névadó pályázatot indított a KreaNodon, Magyarország első reklám és design crowdsourcing oldalán, ahol szabályozott keretek között zajló versengés útján keresnek nevet egy hamarosan induló pénzügyi szolgáltatásuk számára.

A piacvezető magyar ingatlan- és hitelközvetítő ezzel olyan nagy nemzetközi márkák mintáját követi, mint például az Unilever vagy a Chevrolet, amelyek már sikeresen aknázták ki a közösségi alkotásban rejlő határtalan lehetőségeket. A korábban más hazai cégek által is indított, nyílt pályázatokhoz képest ezúttal az a különbség, hogy a KreaNod szabályrendszerébe helyezve történik a névválasztás, megkönnyítve ezzel a felek együttműködését, és jobban védve érdekeiket.

„Nyitottak vagyunk az innovatív megoldásokra, így már a kezdetektől fogva figyelemmel kísérjük a crowdsourcing hazai terjedését is. Új pénzügyi szolgáltatásunk bevezetése remek alkalmat nyújt arra, hogy kipróbáljuk a közösségi alkotásban rejlő lehetőséget annak érdekében, hogy minél több ötletet megismerése útján a legmegfelelőbb nevet választhassuk ki. – mondta el Szirtes Bernadett, a Duna House marketing vezetője.

A pályázat június 21-ig tart, és csak a KreaNodon történő regisztráció után lehet részt venni rajta.

Forrás webcím: <http://kreatnod.hu/sajtoszoba/a-kreativ-kozosseghez-fordul-a-duna-house>