

Problém

Mladí kreatívci sa do PR nehrnú, majú o ňom mylnú predstavu. Vyberajú si radšej digitál. Pritom sa nemusia báť nechať svoju kreativitu rásť práve v PR.

Insight

PR je skvelá oblasť, pretože kreativitu nelimitujú nástroje ani kanály. Zároveň PR neustále rastie a jeho význam si uvedomujú aj klienti. O PR však toho zase mnoho nevie verejnosť, pretože si nevedia PR predstaviť vo svojom reálnom živote.

Cieľovky

- kreatívci vo veku 18 až 30 rokov, ktorí majú radi výzvy a chcú pracovať v modernej branži v digitálnom veku
- vysokoškoláci a stredoškoláci

Ciele

- Zvýšiť povedomie o PR
- Zvýšiť atraktivitu PR medzi mladými kreatívcami
- Dostať mladých kreatívcov do PR agentúr

Idea – PR ZOO

V PR agentúre sa dokáže uchytiť každý, kto má talent, i keď má svoje chybičky aj zvláštnosti. Pre klienta je výhodou, pokiaľ preň v tíme pracujú viaceré individuality. Do ZOO si ideme pozrieť neznáme exotické jedinečné zvieratá, ktoré upútajú. PR prináša unikátne, kreatívne a jedinečné riešenia cez nástroje, ktoré zaujmú cieľovku. Cez leva sa deti dozvedia viac o Afrike. Cez PR manažéra sa svet dozvie viac o klientovi.

Nástroje

Digitálna kampaň

- Facebook, Instagram

- **Cítim sa ako...** – séria videí a grafík zo života agentúry s využitím paralel k zvieratám
- **Rovnice** – známe situácie rozložíme na piktogramy a emoji a prostredníctvom tejto rovnice ukážeme, kde všade sa skrýva PR, aj tým, ktorí marketingu nerozumejú
- **Ako presvedčiť...** – séria krátkych videí, v ktorých budeme PR postupy aplikovať do každodenných situácií

Native content

- obsah článkov bude vychádzať z digitálnej kampane a dopĺňať ho
- zameriame sa na médiá pre millennials
- doplnkom môže byť PROKOP Cena verejnosti za najväčšiu zverinu

HR kampaň – PR unicorni

Študenti prejdú intenzívnou stážou a školením v PR agentúrach, najlepší vytvoria tím pod vedením odborníkov, ktorý bude kreovať a realizovať kampane pre neziskovky.