
The background of the slide features a close-up of vibrant green leaves with serrated edges, set against a bright, sunlit background that creates a bokeh effect of soft, out-of-focus light spots. The overall color palette is a range of greens, from light lime to deep forest green.

Kampaň pre portál Dakujeme.sk

Michal Kupka a Alexandra Príbeli
Starmedia, co



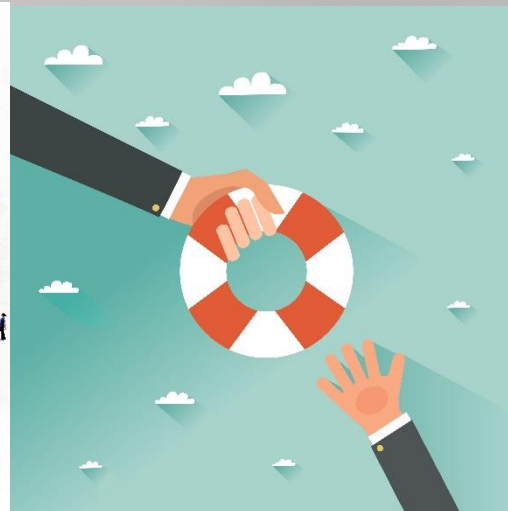
Kampaň pre portál Dakujeme.sk

Užili ste si intro vo farbe?...takto to
bohužiaľ vidia farboslépí ľudia.

Michal Kupka a Alexandra Príbeli
Starmedia, co

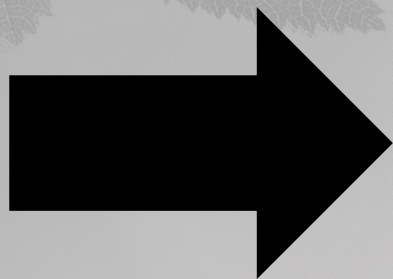
Čo bolo našou úlohou?

- vytvoriť inovatívnu kampaň pre charitatívny portál dakujeme.sk
- rozšíriť povedomie o potrebe pomoci deťom so závažným ochoreniam
- kreatívne zapojenie ľudí do pomoci



Čo je dôležité vedieť o ľuďoch, ktorých sa snažíme zaujať?

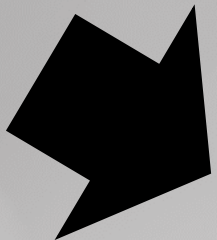
- Viac ako 70% Slovákov neprispieva na charitu vôbec, alebo iba pár centov, či eur.
- I napriek tomuto faktu sa považujú za štedrých
- Ľudia sú často lakomí prispieť niekomu peniazmi
- Sociálny tlak a prestíž na verejnom mieste, ako je sociálna sieť je silným motivátorom



PRETO SME SA ROZHODLI **VYVOLAŤ** V ĽUĎOCH **POCIT VINY**, KEĎŽE SI ČASTO NEUVEDOMUJÚ SVOJE **ŠŤASTIE** A BERÚ **ZDRAVIE AKO SAMOZREJMOSŤ!**

Hlavná fáza kampane na Facebooku

- **Sponzorované odkazy** cielené podľa typológie
- **Prečo Facebook?:**
 - **Najvyužívanejšia sociálna sieť** na Slovensku. Aktívnych skoro **1,8 milióna ľudí**.
 - Tendencia ľudí sharovať svoje príbehy, zážitky a aktivity.
 - Cez sharovanie možnosť vytvoriť buzz a zdieľať výzvu ďalej → **s minimálnym rozpočtom**
- Veľké množstvo **FB extrovert typov**, ktoré majú potrebu sa prezentovať a **na nich budeme cieľiť:**



**FASHION
MANIAČKY**



AUTIČKÁRI

CESTOVATELIA



Pomocou cielenia cez aktivity a záľuby v ľuďoch **cielený**
pocit viny → **aby sme si uvedomili aké šťastie v živote máme**

- Ako by to malo vyzerat'?

**Cielenie na: BEŽCI,
ŠPORTOVCI,
FITNESÁCI**

Ich príspevky vyzerajú napríklad takto:



A my na nich zacielime nasledujúcim sponzorovaným odkazom



Takýmto spôsobom budeme cieľiť na rôzne FB typológie

Cielenie na: AUTIČKÁROV

dakujeme.sk
Sponsored · €

Vidím, že máš rád poriadne auta s nadupaným motorom. Tam bohužiaľ svoj vozík nedám. Nemôžeme si s bratoim Lukášom dokonca dovoliť ani špeciálne auto na naše potreby. [ĎAKUJEME.SK](#) #budvdacnyzatocomas #dakujeme.sk #pomahamlebomozem



70

5 Comments 1 Share 10k Views

Like Comment Share

Cielenie na: MILOVNÍKOV JEDLA

dakujeme.sk
Sponsored · €

Máš rád dobré jedlo a #foodporn ťa vždy zaujme. Bohužiaľ ja si jedlo užiť nemôžem. Som Marek a vďaka mojej chorobe môžem jesť iba vďaka sonde do žalúdka. [ĎAKUJEME.SK](#) #budvdacnyzatocomas #dakujeme.sk #pomahamlebomozem



70

5 Comments 1 Share 10k Views

Like Comment Share

Cielenie počas letných mesiacov

dakujeme.sk
Sponsored · €

Užíváš si krásne slnečné dni. Bohužiaľ pre mňa je to nemožné a celý život trávim v tme. Volám sa Tomáš a vďaka mojej chorobe si slnka užívať nemôžem. [ĎAKUJEME.SK](#) #budvdacnyzatocomas #dakujeme.sk #pomahamlebomozem

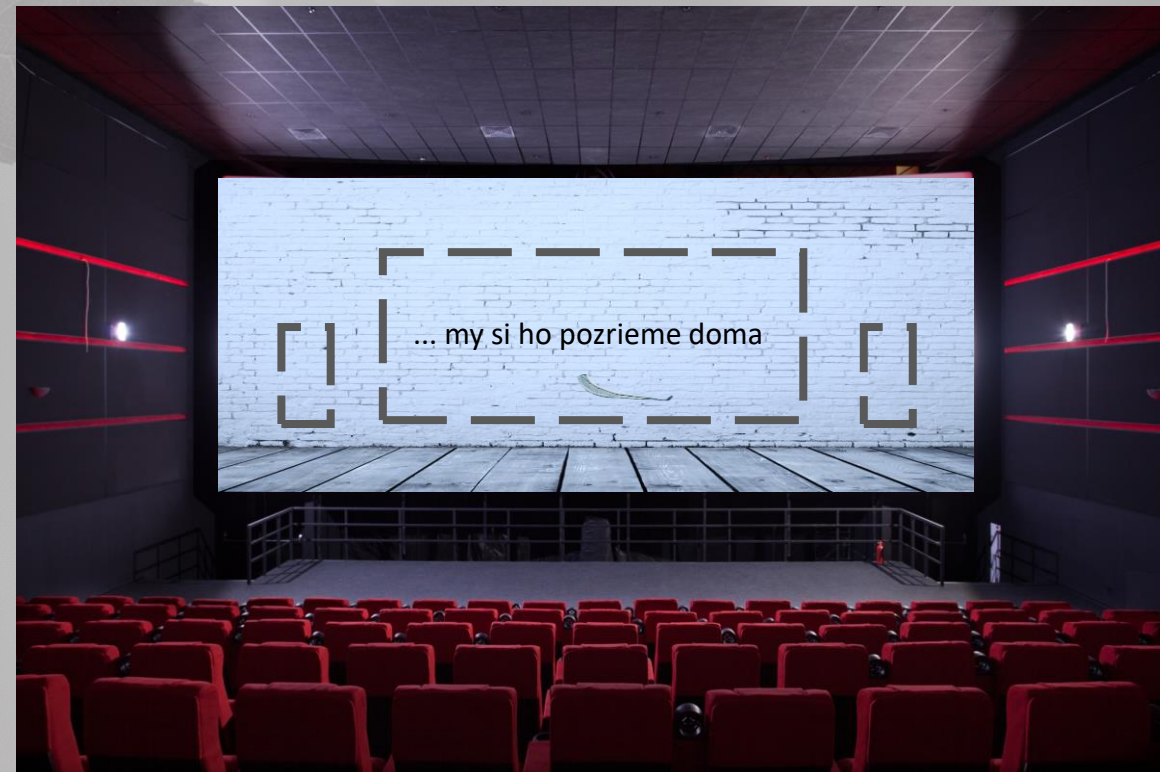


70

5 Comments 1 Share 10k Views

Like Comment Share

Komunikácia v kinách – vzbudenie ľútosti a súcitu k osobám, ktorým šťastie praje menej



Komunikácia messagu v shopping centrách – využitie citylightov pre šírenie povedomia





ĎAKUJEME.sk