

DOBRO ZA DOBRO

Za hlavné ciele tohto briefu považujeme zvýšenie povedomia o rodinách v núdzi a o možnosti pomoci cez dakujeme.sk, a zároveň zvýšenie empatie spoločnosti voči týmto rodinám, ktoré sa častokrát cítia izolovane. Na základe prieskumov vieme, že 55% Slovákov prispieva charite nepravidelne, a 35% neprispieva vôbec. Rozhodli sme sa zacieliť stratégiu práve na tieto dve cieľové skupiny, využívajúc jej špecifiká.

Ľudia, čo na charitu neprispievajú, spadajú podľa MML TGI do segmentov „nezavislí mladí“ a „singles“. Tieto segmenty sú afinitné iba na jeden mediatyp – internet. Na internete sú pre nich najzaujímavejšími stránkami facebook, google a youtube, na ktoré sú zároveň afinitnejší ako bežná populácia.

Nepravidelní prispievatelia tvoria podľa viacerých prieskumov podstatnú časť podporovateľov charít. Zároveň ale dokopy darujú menší finančný objem, ako pravidelní prispievatelia. Ak by sme týchto ľudí presvedčili, aby sa charite venovali pravidelne, objem darovaných financií sa značne zvýši.

Pri tvorbe nosnej idej sme vychádzali z pocitu izolácie rodín v núdzi. Každý človek sa však rád cíti potrebným a preto by sme im radi dali pocit dôležitosti. Rodiny budú drobnými službami alebo osobnými darčekomí pomáhať influencerom. Na oplátku chcú ale niečo naspäť – aby influencer šíril správu o dakujeme.sk medzi svojimi followermi.

Influenceri dokážu svojou aktivitou na Facebooku a Youtube zasiahnuť množstvo ľudí. Takto sa vygeneruje reach, ktorým budeme budovať povedomie o rodinách v núdzi a o pomoci cez dakujeme.sk.

Kontent z týchto interakcií následne použijeme na cielenie nepravidelných darcov. Pomocou kódu nasadeného vo webstránke dakujeme.sk vieme identifikovať a následne cieliť nepravidelných darcov bannermi po celom internete. Zároveň si pomocou lookalike modelu vieme na internete nájsť podobných ľudí, u ktorých je predpoklad, že tiež sú nepravidelnými darcami, aj keď nie sú nutne darcami cez dakujeme.sk. Z emailových adries darcov tiež dokážeme vytvoriť cieľovú skupinu na facebook, rovnako ako aj lookalike model.