

Situácia

Ochota pomáhať je v každom z nás. Či to budeme zisťovať z prieskumov, alebo nám to povie zdravý sedliacky rozum, je to tak. Avšak, tento proces dokáže ovplyvniť mnoho faktorov, napr. naša nálada, obava či naša pomoc bude darovaná na správne miesto, atď.

Ciele

Zvýšiť povedomie o možnosti prispievania a dosiahnuť, aby si ľudia uvedomili, že darovať môže ktokoľvek z veľmi širokej cieľovej skupiny, odhliadnuc od výšky daru, ktorá má v akejkoľvek hodnote dôležitý význam a v neposlednom rade celý proces zjednodušiť a personalizovať - nech sa darovanie stane potešujúcim zážitkom a nie niečím, čo "je treba urobiť".

Idea

Akt prispievania nie je vždy jednoduchý. Ľudia, vo všeobecnosti, sú tvory lenivé a k niektorým činnostiam ich je potreba "doviesť za ručičku". Aké by to asi bolo, ak by pri myšlienke pomôcť, sa pri nás zjavil pomocník, ktorý by nám všetko vybavil?

Exekúcia

Základom kampane je Facebook Messenger Bot pôsobiaci ako dôležitý sociálny činiteľ v procese prispievania.

Akonáhle si chytí našu pozornosť, pomôže sa nám rozhodnúť, na aký účel by sme radi prispeli a prevedie nás celým procesom darovania podobne, ako keby nás na ulici zastavila slečna s možnosťou darovania čiastky na dobrú vec.

Bot dokáže po odovzdaní daru príjemcovi informovať všetkých prispievateľov o význame ich daru, prípadne dopadu na život príjemcu.

Kampaň odštartuje na Facebooku "awareness" kampaňou informujúcou o novom "modernom" spôsobe darovania cez Messenger, pokračovať budeme predom vytvorenými príspevkami obsahujúcimi konkrétne prípady ľudí, ktorí pomoc potrebujú, zacielené na vhodné publikum našej cieľovej skupiny.

Postupom času môžeme zapojiť ďalšie "moderné" médiá, napr osobnosti, influencerov, citylighty...