

Mediálna kampaň DOBRÝ POCIT

Napriek tomu, že Slováci prejavujú vôľu zapojiť sa v charitatívnej činnosti a označujú sa za štedrý národ, realita je iná a k tomu aby vykonali konkrétnu aktivitu uvádzajú celý rad prekážok. Paradoxne, žijeme v dobe, kedy za materiálne veci utrácame viac ako kedykoľvek pred tým. Spoločenský **dojem, že si môžeme kúpiť čokoľvek, rýchlo a kdekoľvek, nás vedie k otázke “Dá sa kúpiť dobrý pocit?”**. Dá.

Naším médiom a zároveň spôsobom ako prispieť, je náš vlastný fiktívny produkt "Dobrý pocit". Dobrý pocit nájdete ako artikel v regáloch v potravinách, rôznych obchodoch, galériách, kinách, kaviarňach, ale aj na e-shopoch. "Dobrý pocit" nie je príliš drahý a kúpiť si ho je jednoduché. Stačí vložiť do košíka, či objednať u čašníka. Za jeho kúpu (peniažky okamžite putujú na účet nadácie) dostanete komplimentku s poďakovaním a odkazom na projekt www.dakujeme.sk.

Strategickým cieľom je **uľahčiť celý proces darcovstva a priniesť ho rovno k ľuďom pri ich bežných každodenných činnostiach**, zvýšiť povedomie o portály dakujeme.sk a zvýšiť tak celkový počet a hodnotu darcovských príspevkov.

Celá **komunikácia je postavená na netradičnom produkte ako médiu, ktorý má obrovský PR a virálny potenciál**. Prekvapíme ľudí tam, kde to nečakajú a spôsobom, ktorý je tak netradičný, že sa sami stanú kanálom, pretože o tom budú hovoriť, budú si to fotiť a zdieľať na sociálnych sieťach.

Kampaň podporí aj bohatý mediálny mix – využijeme silu denníka SME a pridružených portálov, tlačенú verziu denníka SME, rádio Jemné melódie, facebook content, PPC, neskôr aj retargeting z webu, oslovíme influencerov a budeme sa tešiť aj zadarmo získanému silnému zastúpeniu PR výstupov v TV, online a printe.