

dobrý pocit

audience & background



71% Slovákov je presvedčených, že ľudia chcú a mali by si pomáhať. Neziskový sektor podporuje pravidelne iba **10%** z nich.*

mladí ľudia okolo 30 rokov, pre ktorých peniaze nie sú problém, **nedávajú na charitu ani euro.****

*http://www.tns-global.sk/sites/default/files/files/ts1523_nadacie.pdf

** http://www.tvnoviny.sk/domace/1814070_na-charitu-prispieva-kazdy-druhy-slovak-davame-viac-ako-cesi

cieľová skupina:

dospelí v produktívnom veku bez ohľadu na demografiu, socioekonomický status alebo záujmy

naše ciele:

- 1/ zvýšiť povedomie o darcovskom portáli dakujeme.sk
 - 2/ zvýšiť počet prispievateľov aj príspevkov pre rodiny v núdzi
- ...a to všetko s minimálnym budgetom a maximálnou “shareable” ideou

insights & challenges

Ľudia často chcú prispieť na dobročinné účely, no sú pohodlní a odrádza ich **komplikovaný proces** realizácie dobročinného príspevku.



ako zvoliť **spôsob, ktorý je priamo na dosah, bez extra vynaloženého úsilia** pre dokončenie želaného správania?

panuje **nedôvera** ľudí voči tomu, že sa príspevky do nadácií naozaj dostanú k ľuďom, ktorí to potrebujú a nie na réžiu týchto firiem.



čo podporí dôveryhodnosť kampane? Ambasádori, ktorých ľudia poznajú? **Miesta, ktoré pravidelne navštevujú?** Médiá, ktorým dôverujú?

je zvláštne, že na pomoc druhým vynakladáme tak málo prostriedkov, keď za materiálne veci a služby **utrácame viac ako kedykoľvek pred tým**. Vzniká dojem, že si môžeme kúpiť čokoľvek.



je vôbec niečo, čo sa kúpiť nedá?

Zdravie? Láska?

Dá sa kúpiť niečo nehmatateľné?

Pocit? **Dá sa kúpiť dobrý pocit?**

s tým súvisí aj fakt, že **ľudia nakupujú skoro stále a všade** – nielen v offline, ale aj online prostredí.



dokážeme ich **zasiahnuť pri jednej z najbežnejších aktivít, ktorej sa nevyhne nikto z nás** – nákupoch alebo využívaní služieb?

**dá sa kúpiť
dobrý pocit?**



včera, 10:01 | [Prominenti](#) | [Domáci Prominenti](#)

Dobrý pocit na nezaplatenie? Moderátor Vincze si ho kupuje každé ráno za 2 eurá!

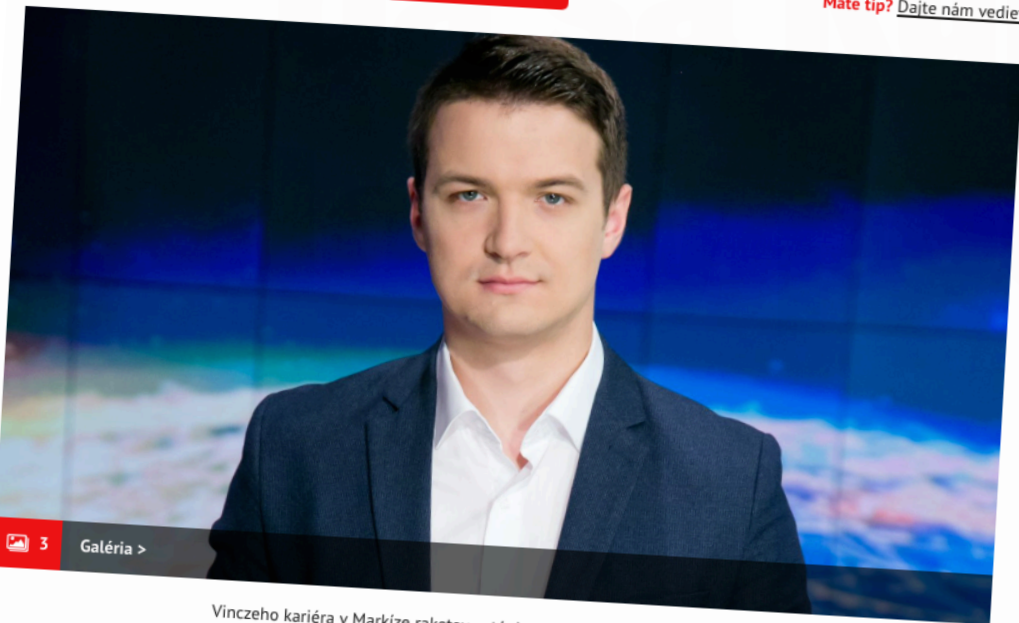
247
zdieľaní



Diskusia / 34



Máte tip? [Dajte nám vedieť](#)



3 Galéria >

Vinczeho kariéra v Markíze raketovo stúpla, no vyžiadala si aj obmedzenia



1745 **Plačková sa zbavila 16 kíľ a doslova žiari: Tak sexi ešte nikdy nebola!**



strategy & idea

prekvapíme ľudí tam, kde to nečakajú a spôsobom, ktorý je tak netradičný, že sa sami budú pýtať, o čo ide a stanú sa kanálom, ktorý nám pomôže kampaň rozšíriť vďaka user generated contentu :)

rozdistribuuujeme do obchodov, galérií, kaviarní, reštaurácií a dokonca aj na pošty taký produkt, ktorý sa doteraz nedal zohnať a teraz si ho môže kúpiť každý – dobrý pocit. **polemika, či sa dobrý pocit kúpiť dá alebo nie, je super téma pre médiá aj ľudí.**

predstavte si, že si idete dať kávu do svojej obľúbenej kaviarne, čašník vás víta už vo dverách: “chai latte ako vždy a pridám vám na účet aj dobrý pocit?”, dobrý pocit? čo to znamená? to znamená, že si môžete kúpiť dobrý pocit... z toho, že vaše drobné prispievajú rodinám v núdzi a pomôžu im, všetky info nájdete na komplimentke...



Dobrý
pocit



“POPROSÍM
STRIHANIE, FÚKANÚ
A DOBRÝ POCIT.”



Espresso.....1,10€
Capuccino....1,50€
Limonáda....2,40€
Džús.....1,10€
Koláčik.....3,20€
Dobrý pocit.....3€



www.dakujeme.sk

rádio

word
of
mouth

podpora
influencerov

user
generated
content
(fb, ig
posty)

facebook
ppc

články a
obsah na
sme.sk
portáloch

Gizka (58) si kupuje každý utorok na pošte žreb so zlatým prasiatkom. Teraz si všimne nový stierací žreb, spýta sa naň pani poštarčí a jeden si aj kúpi. Zotrie, nevyhrá, ale keď príde jej vnuk cez víkend, bude jej musieť natukáť v počítači dakujeme.sk.

Mišo (27) si kaviarenský a reštauračný život užíva. Gastroscénu má zmapovanú, preto ho prekvapí, keď v jedálnom lístku objaví v ponuke "Dobrý pocit". Prečíta si popis, objedná si to a o pár minút sa už táto netradičná špecialita objaví na jeho Instagrame a Facebooku s #foodport a #dobrypocitktomu

Katarínu (34) zaujme na výstave nezvyčajný obraz, slová "dobrý pocit" na bielom papieri. Nedá jej to, obraz si kúpi a na zadnej strane objaví odkaz dakujeme.sk. O svojom zážitku povie aj známym, a spomenie ho aj v recenzii, ktorú práve píše.

PR výstupy
(TV, online,
print)

dobrý pocit ako artikel v potravinách, obchodoch, galériách, kinách, kaviarňach, reštauráciách, poštách, aj na online eshopoch

media solution

PAID: facebook ppc kampaň

OWNED: články na sme.sk, zľavový kupón na „dobrý pocit“ na zlavy.sme.sk, inzercia v denníku SME, rádiopot na Jemné Melódie, native ads na fici.sme.sk, využitie ostatných portálov patriacich pod sme.sk

EARNED: social media príspevky generované ľuďmi (user generated content) a influencerami, native advertising (pro bono), PR výstupy v celonárodných médiách (TV, print, online)

budget:

tlač 10 000 ks
komplimentiek/žrebov:

700 EUR

facebook media budget:

600 EUR

effectiveness & results

cieľ: zvýšiť povedomie o darcovskom portáli dakujeme.sk

- odhadovaný zásah všetkých paid, owned a earned media
= 2 500 000 ľudí

cieľ: zvýšiť počet prispievateľov aj príspevkov pre rodiny v núdzi

- vytlačených a rozdaných 10 000 komplementiek (poďakovaní za kúpenie dobrého pocitu, odhadovaná priemerná suma príspevku je 2 EUR) = 10 000 príspevkov v hodnote 20 000 EUR
- počet príspevkov priamo na dakujeme.sk od ľudí, ktorí sa dozvedeli o kampani z médií (odhadom 1% konverzný pomer v priemernej hodnote 2 EUR za príspevok) = 25 000 príspevkov v hodnote 50 000 EUR
- počet príspevkov od ľudí, ktorí sa o kampani dozvedeli od svojich známych a kamarátov cez sociálne siete alebo osobne – nedá sa určiť

35 000+
príspevkov
70 000+
EUR vzbieraných

za
celkový budget:

1 300 EUR