



Martinko



pán Milan



Janinka



Roman so
synom



Monika s
Patrikom

Situácia

Rodiny v núdzi a matky, ktorým sa narodia deti so závažným ochorením sa častokrát ocitajú v situácii kedy pomoc je ich poslednou nádejou. Táto pomoc sa im však málokedy dostane, pretože ľudia sa nevedia s ich problémom identifikovať alebo v nich vzbudzuje pocity akým je strach a zmätenosť.



Výzva

Napriek všeobecnému názoru, že matky a rodiny v núdzi sú dôležité, väčšina ľudí sa nezapojí do pomoci a problém si nevšíma.

Insight

Slováci sú voči rodinám a matkám v núdzi nevšímaví, pretože sa ich tento problém zväčša netýka, nevedia si ho predstaviť alebo nemali možnosť situáciu zažiť.

Ako zapojiť ľudí aby pomohli čo najväčšiemu počtu rodín a rozšíriť povedomie o tejto pomoci?

Získanie pozornosti našej cieľovej skupiny sa zrealizuje za pomoci média exekúcií, ktoré budú vyrušovať a privodia autentický zážitok. Pomocou navodenia zážitku z reality ľudí, ktorí sú postihnutí alebo v núdzi, si ľudia budú mať možnosť uvedomiť náročnosť situácie v ktorej sa človek môže nachádzať.

Zasiahnutá cieľová skupina bude mať motiváciu ísť na stránku, aby sa dozvedeli viac a mohli tak podporiť alebo pomôcť.

Sprostredkovanie zážitku ľudí vyruší a vyvrcholí tým, že ľudia si uvedomia relevantnosť problému a vyjadria svoju podporu.

Ako na to

Zážitok



Povedomie o
dakujeme.sk

01

Guerilla marketing

02

Search+ Social
Media

03

Event

Znepokojenie – Guerilla

Guerilla marketing bude prvou taktikou, ktorá vytvorí awareness. Samotná realizácia je pomocou modifikovania rôznych predmetov na verejnom priestranstve. Predmety budú upravené tak, aby to človeku sťažilo bežné používanie a priblížilo svet hendikepovaných. (lavička príliš vysoká na to, aby sa na ňu niekto posadil, vozík v potravinách len s tromi kolieskami, lampa, ktorá nesvieti).

Človek to musí na vlastnej koži zažiť, aby si to mohol uvedomiť

Používanie hashtagu #aketoje

Znepokojenie - Search & Social Media

Digitálne bannery s rozmazaným textom pre zážitok spojený s hendikepom ako napríklad slepota alebo horšie videnie. Ďalšími budú zlý sluch, farbosleposť, atď.

Zapojenie športovcov pre vyjadrenie kontrastu medzi týmito dvoma skupinami ľudí. Na určitý čas (1 deň) si vyskúšajú aké to je byť telesne postihnutými pri ich bežnom dni. Videá pri činnosti budú zdieľané na sociálnych médiách - #aketoje. Tieto videá budú teaser na event, ktorý vyvrcholí spojením týchto dvoch skupín ľudí.

Po zažití situácie, alebo momentu kedy sa človek ocitne v koži postihnutého sa ukáže reálny prípad zo stránky dakujeme.sk. Aktivita sa premostí do zážitku z reálnou osobou, ktorá situáciu zažíva bežne. Človek má po tejto skúsenosti možnosť pomôcť človeku, ktorý tuto nepríjemnú situáciu zažíva každý deň.

Interaktivita medzi darcom a postihnutým.



Znepokojenie – Event

V tento deň spojíme oba svety– športovcov s ľuďmi, ktorí potrebujú pomoc.

Na evente si športovci zahrajú svoj šport v hendikepovanej verzii proti postihnutým športovcom v podobe exhibície (rôzne športy ako tenis, stolný tenis, plávanie, basketbal)

Poukázanie na obtiažnosť aktivity a zručnosť postihnutých, výmena skúseností.

Event je otvorený pre všetkých a športovú aktivitu si môže skúsiť každý na vlastnej koži. Počas eventu bude organizovaná zbierka pre konkrétne rodiny a deti.

Rodina, dieťa alebo matka s dieťaťom budú osobne na evente a môžu tak nadviazať osobný kontakt so svojim darcom.

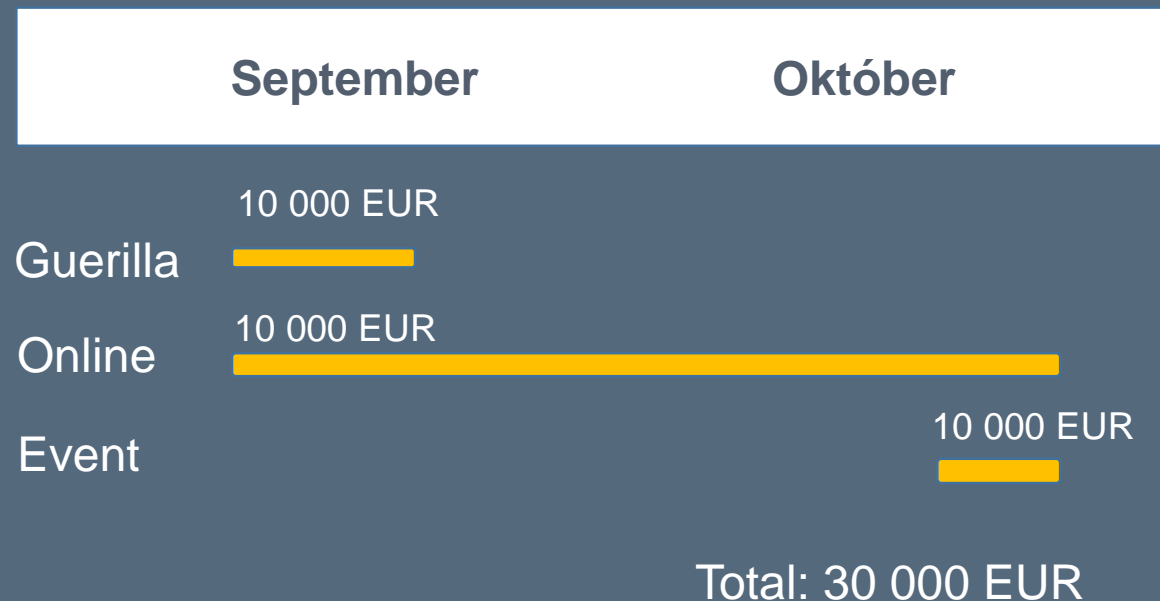
#aketoje

Engagement a podpora

Paid Search	Paid Social	Influencer Network
Kľúčové slová s odkazmi na #aketoje, využitie vyhľadávania so zameraním na hendikep, rodiny v núdzi a štedrosť	Buduje na #aketoje opätovným posielaním informácií a aktualít, ako aj o možnostiach zapojenia sa do darovania	Využitie top športovcov/ influencerov pre nasadenie contentu #aketoje

“Skús si na vlastnej koži aké to je.”

Media Plán



Potenciál v rozšírení kampane na TV, kino a rádio sponzoring, kde bude opäť použitý vizuál, audio alebo iný formát na sprostredkovanie zážitku ľuďom, tak aby sme ich vyviedli z miery

To nie je koniec...

Merania

- Počet darcov
- Darovaná suma
- Social Media Engagement

Optimalizácia mediálneho plánu

- Na základe zásahu a frekvencie
- Počet konverzií na stránke dakujeme.sk

Cieľom kampane je dlhodobé upozorňovanie na pocity a situácie ľudí, ktorí sú postihnutí, majú závažnú chorobu alebo sú v núdzi. Pomocou zážitku bude pre ľudí jednoduchšie si reálnu situáciu predstaviť a byť súčasťou problému, ktorý budú napokon riešiť, či už finančnou dotáciou alebo inou formou pomoci.