

V súčasnosti čelíme dobe, v ktorej je pomoc druhým často diskutovanou témou. Je to najmä tým, že ľudí, ktorí pomoc potrebujú je stále viac, takže stále vzniká viac a viac NO. Čo spôsobuje ešte väčšiu dezorientáciu u ľudí, ktorí by chceli pomôcť, napriek tomu mnohí z nich dobrovoľne prispievajú.

Mnoho prípadov poukázalo na nedostatočnú transparentnosť NO, čo vytvára priestor na zneužitie. To častokrát vedie k strate dôvery a opakovanej pomoci zo strany darcov. *Takmer 70% ľudí v produktívnom veku tvrdí, že dnes už môžu málokomu veriť.*¹

Na základe týchto faktov sme si stanovili cieľ znovu vybudovať dôveru a povedomie o potrebe pomáhať, pretože dokážeme garantovať transparentnú NO- dakujeme.sk. Zároveň navrhovanou stratégiou navýšime získané prostriedky.

Za nulový mediálny rozpočet dokážeme vytvoriť široké mediálne pokrytie, ktoré iniciujeme kampaňou na sociálnej sieti. Táto má potenciál virálneho šírenia nielen medzi bežnými ľuďmi, ale zapojíme i známe osobnosti, významné značky a médiá. Očakávaným efektom je záujem ďalších médiá typov, ktoré budú myšlienku šíriť ďalej, využitím vlastných prostriedkov.

Kampaň bude aktivovaná výberom fotiek z rôznych profilov na sociálnej sieti tak, aby sme využili maximálny potenciál cieľovej skupiny. Následne budú fotografie doplnené o branding- dakujeme.sk a repostované na profile dakujeme.sk. Pridáme personalizovaný popis, ktorý bude obsahovať jedinečnú správu tematicky spojenú s obsahom vybranej fotografie. Na fotografii označíme daného užívateľa, čím získame jeho okamžitú pozornosť, zvedavosť dozvedieť sa o príbehu viac, čo bude viesť k možnosti pridať sa k darcom na dakujeme.sk.

Výsledkom kampane bude posilnenie povedomia o možnostiach pomoci cez dôveryhodnú organizáciu a nárast objemu darovaných prostriedkov. Takto pomôžeme viacerým rodinám doviest' ich príbeh do šťastného konca.

¹ Zdroj: MML –TGI, 3.-4.Q/2016