

Insight

Prečo nezdieľame naše bohatstvo s tými, ktorí to naozaj potrebujú?

1. Mnoho ľudí si neuvedomuje svoje bohatstvo. Pre niekoho je 20 EUR málo peňazí, ktoré minie za jeden obed, zatiaľ čo pre rodinu v núdzi to znamená obed na niekoľko dní.
2. Nevieme, že pomôcť môžeme aj iným spôsobom ako priamym príspevkom. Človek má vôľu pomáhať, len mu treba v dnešnom rýchlom svete ukázať ako na to.
3. Nedôvera. Mnoho charít a verejných zbierok odovzdáva len malú sumu vyzbieranej sumy tým, ktorí to skutočne potrebujú.

Stratégia

Ľuďom otvoríme oči. Upriamime ich pozornosť na fakt, že aj malý príspevok má veľký a pozitívny dôsledok. Poskytneme komunitám dostatočné množstvo informácií a motivácie aby priniesli reálne výsledky.

Cieľ

Cieľom našej kampane je budovať povedomie o možnosti darovania na [Ďakujeme.sk](https://dakujeme.sk), prinášať konverzie v podobe priamych darov a aktivovať komunity k vytváraniu vlastných spôsobov pomoci rodinám v núdzi.

Koncepty a média

1. Nekupujem daromnosti. Darujem!

Celebrity svojimi vytvorenými daromnosťami zaujmú a poukážu na zbytočnosť niektorých nákupov. Následne na Svetový deň nenakupovania, ponukou týchto daromností budeme motivovať ľudí k vykonaniu konverzie. Vstúpime aj do svedomia nákupných maniakov v obchodných centrách.

CIEĽ: Budovanie povedomia a konverzie

MÉDIÁ: Native (online magazíny, eshopy a zľavové portály), Facebook (fanpage, influenceri a PPC) a Programmatic Display (Dynamický retargeting), nekomerčný redakčný/moderátorský obsah (radio, print), digitálne CLV (real-time sledovanie príspevkov pre vybrané rodiny, umiestnenie v nákupných centrách)

2. Ukážeme cestu ako pomôcť

Edukáciou v podobe how-to videí ukážeme ľuďom možnosti charitatívnych aktivít realizovateľných v ich komunitách.

CIEĽ: Budovanie povedomia, sociálna aktivácia a konverzie

MÉDIÁ: Facebook (fanpage a komunity), Print a digitálna grafika (personalizované kity pre detské tábory a narodeninové oslavy), Radio (výzvy vo vysielaní a na sociálnych sieťach)

3. Obnovíme dôveru v charitu

Pokračujúcimi príbehmi priblížime ľuďom success stories jednotlivých rodín z [Ďakujeme.sk](https://dakujeme.sk).

CIEĽ: Budovanie povedomia

MÉDIÁ: Facebook (fanpage a sponsored content)