



**ŽIJEME  
V PREPOJENOM,  
ALE EGOCENTRICKOM  
SVETE**



# MÍŇAME STÁLE VIAC PEŇAZÍ

PRIEMERNÉ MESAČNÉ VÝDAVKY SLOVENSKÝCH DOMÁCNOSTÍ



ZDROJ: Štatistický úrad SR





PRITOM VŠAK ZABÚDAME, ŽE  
NA HRANICI CHUDOBY ŽIJE  
**AŽ 640 TISÍC SLOVÁKOV.**  
MNOHO Z NICH JE  
ODKÁZANÝCH  
NA POMOC DRUHÝCH.





**PREČO NEZDIEĽAME NAŠE BOHATSTVO S TÝMI,  
KTORÍ TO SKUTOČNE POTREBUJÚ?**

- ✓ **HODNOTU PEŇAZÍ VNÍMAME  
VEĽMI ODLIŠNE**
- ✓ **NEVEMIE AKO MÔŽEME POMÔČŤ**
- ✓ **NEVERÍME V TRANSPARENTNOSŤ  
CHARITY**



# AKO ZMENÍME TOTO SPRÁVANIE?

Ľuďom otvoríme oči. Upriamime ich pozornosť na fakt, že aj malý príspevok má veľký pozitívny dôsledok. Zároveň poskytneme komunitám dostatočné množstvo informácií a motivácie aby pomohli.

KONCEPT 1:  
**ĽAHOSTAJNÝM  
OTVORÍME OČI**

KONCEPT 2:  
**UKÁŽEME IM  
CESTU AKO  
POMÔČŤ**

KONCEPT 3:  
**OBNOVÍME ICH  
DÔVERU  
V CHARITU**



# ODPORÚČANÝ MEDIA MIX

## ONLINE

NATIVE

SOCIAL MEDIA

PROGRAMMATIC

## DOOH

CITYLIGHTY

## RADIO

NEKOMERČNÁ PODPORA

## PRINT

NEKOMERČNÝ TEASING

NATIVE

**CIEĽOM KAMPANE JE BUDOVAŤ POVEDOMIE, PRINÁŠAŤ KONVERZIE V PODOBE PRIAMYCH DAROV A AKTIVIZOVAŤ ĽUDÍ DO PRIAMEJ POMOCI.**



# ĽAHOSTAJNÝM OTVORÍME OČI

## KONCEPT 1

### TEASING – ČO JE TOTO ZA DAROMNOSTI?

Kampaň odštartujeme teasingovou kampaňou celebrít v médiach. Vďaka kombinácii bulvárnych médií a vtipných sketčov získame vysokú mediálnu hodnotu. Mediálne známe osobnosti sa prostredníctvom online magazínov a vlastných sociálnych accountov budú doťahovať kto vymyslel väčšiu blbosť a za koľko peňazí.

### MASS – NEKUPUJEM DAROMNOSTI. DARUJEM!

Vo svetový deň nenakupovania 24.11. a teda v čase vrcholiacich sviatkov konzumu, pripravíme v spolupráci s eshopmi a zľavovými portálmi deň daromností. V tento deň si budú môcť ľudia zakúpiť daromnosti od celebrít v podobe produktov a zážitkov. Daromnosti budú zakomponované priamo do natívneho prostredia jednotlivých portálov. Budú mať formát klasického produktu. V detaile sa však človek dozvie, že miesto vyhodenia peňazí za túto daromnosť môže radšej darovať svoje eurá rodine, ktorá to skutočne potrebuje a ocení na stránke Ďakujeme.sk.



**KONCEPT 1 PRVOTNE BUDUJE POVEDOMIE, KTORÉ SA NESKÔR AJ S NASADENÍM NOVÝCH FORMÁTOV MENÍ NA PRIAMO KONVERZNÚ KAMPAŇ.**



# UKÁŽEME IM CESTU AKO POMÔČŤ

## KONCEPT 2

Ľuďom ukážeme cestu akými spôsobmi môžu jednotlivým rodinám pomôcť. Na Ďakujeme.sk preto vytvoríme edukačný hub o možnostiach dobročinných aktivít na pomoc rodinám z Ďakujeme.sk.

### NARODENINY

Miesto zbytočných materiálnych darčiekov a alkoholu, požiadaš kamarátov aby prispeli na dobrú vec. Na Ďakujeme.sk si vyberieš rodinu, ktorej chceš pomôcť a stránka ti poskytne potrebné materiály, ktoré môžeš využiť na komunikáciu medzi priateľmi (FB cover, print...). Po vyzbieraní cieľovej sumy získate okrem dobrého pocitu aj narodeninový certifikát.

### MLADÍ FILANTROPI V DETSKÝCH TÁBOROCH

Každý tábor je jedinečný. Využijeme kreatívny ekosystém a poskytneme im návody o tom ako sa môžu zapojiť do dobročinnnej činnosti a spraviť dobrý skutok.

### VLASTNÝ FUNDRAISING

Môže mať rôzne podoby. Čo takto zorganizovať ples vo svojom meste alebo mini maratón pre kamarátov? Kreativite sa medze nekladú!



**KONCEPT 2 JE ZAMERANÝ NA SOCIÁLNU AKTIVÁCIU ĽUDÍ A JEJ ŠÍRENIE NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH TVORCOV A ICH BLÍZKYCH KOMUNÍT.**



# OBNOVÍME ICH DÔVERU V CHARITU

## KONCEPT 3

Otrasenú dôveru ľudí v transparentnosť charity napravíme cestou pozitívnych príbehov na sociálnych sieťach. Chceme aby sa ľudia dozvedeli, že ich peniaze sú prostredníctvom Ďakujeme.sk vynaložené správnym spôsobom.

Obsahový mix bude pozostávať najmä z:

- Úspešných príbehov rodín, ktoré získali pomoc od Dobronošov
- Návodov a success stories komunit, ktoré pomohli

Oproti súčasnej komunikácii Ďakujeme.sk na Facebooku by sme pracovali s variabilnejšími formátmi, kvalitnými fotografiami a vytvárali by sme pokračujúce príbehy.



**KONCEPT 3 SA SÚSTREDÍ NA  
VYTVORENIE POZITÍVNEJ ASOCIÁCIE S  
DAROVANÍM A POUKÁZANÍM NA  
KONKRÉTNE PRÍPADY RODÍN, KTORÝM  
SME POMOHLI.**



# ĎAKUJEME!



**JURAJ KADLEC**  
Digital Strategist



**ANDREA GÁLIKOVÁ**  
Offline Media Specialist