

Ďakujeme za úsmev

Brief

Pripraviť inovatívnu B2C kampaň pre portál dakujeme.sk. Rozšíriť povedomie o pomoci deťom so závažným ochorením a povedomie o rodinách v núdzi, Rozšíriť povedomie o pomoci tejto skupine cez portál dakujeme.sk, prostredníctvom vlastného finančného prostriedku alebo zdieľaním informácií... Pomôže ľuďom vžiť sa do kože matky. Ktorá s vážne chorým dieťaťom ostáva doma niekoľko rokov.

Background

Slováci sa považujú za štedrý národ. Na druhej strane je veľmi rozšírená kultúra konzumu a nevšímavosti. Rodiny s s vážnym postihnutím dieťaťa sú na to často samy. Príspevky štátu sú nízke, rodiny sa snažia zo všetkých síl, ale nedostáva sa im uznania. Ľudia s rodinami často sympatizujú, ale nič reálne nepodniknú. Portál ďakujeme.sk dáva ľuďom skvelú príležitosť, ako týmto rodinám pomôcť.



Ciel'ová skupina

Dospelí ľudia v produktívnom veku, ktorí vedia aktívne pomôcť.

Na charitu pravidelne prosieva iba 10 % Slovákov.

1/3 ľudí najviac daruje do pokladničiek na ulici, napriek tomu, že nie sú dôveryhodné.

40 % Slovákov nedôveruje neziskovým organizáciám, lebo majú pochybnosti, že sa nepoužijú na deklarovaný účel.

Problém

Ľudia podporujú myšlienku pomáhania, prečo to však sami nerobia?

- nemajú čas
- veľmi neveria organizáciám
- neradi sa pozerajú na smutné veci, vo voľnom čase vyhľadávajú skôr veselé aktivity, vyhýbajú sa smutným momentom
- v realite sa nestretávajú s ľuďmi, kt. potrebujú pomoc

Mediálny Insight

“Ľudia sa v prípade darčovstva rozhodujú impulzívne. Na základe toho, že uvidia niečo, čo zapôsobí na ich emócie a sú v daný moment schopní pomôcť.”

Prieskum darčovstva Haiti 2010

¾ darcov uviedlo, že ich zaslanie sms na pomoc Haiti bolo impulzívne rozhodnutie v danom momente.

Darovanie bolo spôsobené rozhodnutím v reakcii na obrázky, ktoré videli v televízii a väčší prieskum o tejto udalosti si robilo len málo ľudí.

<https://aktualne.atlas.sk/na-charitu-pravidelne-prispieva-len-desat-percent-slovakov/slovensko/spolocnost/>
<http://www.pewinternet.org/2012/01/12/real-time-charitable-giving>

<http://strategie.hnonline.sk/media/781563-slovaci-nakupuju-online-z-pohodlia-domova>

<http://www.balikovapreprava.sk/novinka/slovaci-holduju-e-shopom-stale-viac-aky-tovar-objednavame-najcastejsie>

Idea

“Podme ľudí zasiahnuť priamo v momente, keď už míňajú peniaze = nakupujú online.”

Slovensko od roku 2015 zažíva boom v nakupovaní online. V porovnaní s rokom 2006 o 50 %, čím sme krajinou s najväčším percentuálnym rastom v EÚ.

Ľudia, ktorí míňajú na internete najviac peňazí majú **31-40 rokov**

Slováci minuli na online nákupoch už v roku 2015 viac ako **700 miliónov EUR!**

“Postupnými krokmi a emotívnymi prekvapeniami budujeme s darcom vzťah, a tak je tu potenciál, že sa stane dlhodobým darcom.”

Mechanika

1. Pripravíme super **plugin** pre eshopy, vďaka ktorému budú môcť ľudia, ktorí nakupujú, zaokrúhliť cenu za svoj nákup a prispieť konkrétnemu prípadu z dakujeme.sk.
2. Ľuďom po nákupe príde okrem potvrdzujúcej sms o nákupe aj **d'akovná sms** a info, komu konkrétne pomohol.
3. O pár týždňov príde tomuto človeku **d'akovný pozdrav**, ktorý bude zvukový a keď ho darca otvorí, počuje úprimný detský smiech. V pozdrave si nájde poďakovanie, že aj vďaka nemu môže ísť Tánička hneď na operáciu. Takto vzbudíme emócie a pocit, blízkosti s obdarovaným človekom. Karta zároveň vyzve k sharovaniu myšlienky na sociálnych sieťach.
4. **Retargeting**. Máme mail aj telefónne číslo a vďaka tomu môžeme zasiahnuť darcov na Facebooku videom, v ktorom je detský úsmev a poďakovanie rodičov za pomoc. Preklik na web dakujeme.sk





Fázy kampane



1
awareness



2
emócia

3
zdieľanie



4
dlhodobý vzťah

1

Plugin vd'ačnosti

Wordpress je online služba, ktorá umožňuje jednoducho vytvárať webové stránky. Až 29,8 % všetkých eshopov využíva práve túto službu, čo je o 22,4% viac ako najbližší konkurent. Zdroj: builtwith.com

Do stránky, ktorá je na Wordpresse sa dajú veľmi jednoducho pridávať tzv. plugin-y, ktoré stránke pridajú rôzne funkcie ako **fakturácie** a podobne.

Vytvoríme plugin s názvom "**Plugin vd'ačnosti**", ktorý dá používateľom eshopu možnosť **zaokrúhliť sumu svojho nákupu pri platení**.

Plugin nastavíme tak, že po nákupe sa suma, ktorá bola doplnená do zaokrúhlenia automaticky pripočíta jednému z vybraných detí v núde na **dakujeme.sk** Plugin si zapamätá, ktorý **používateľ prispel ktorému dieťaťu, čo využijeme v ďalších častiach kampane**. .



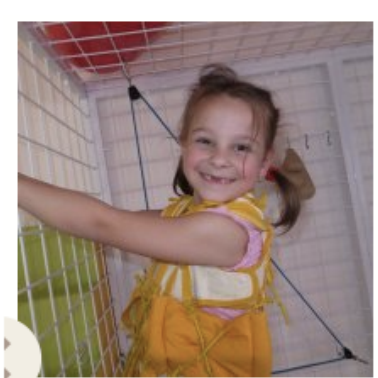
Najväčšou výhodou je, že tento plugin je pre každý eshop rovnaký a každý eshop si ho vie za pár minút nainštalovať sám.

Ako sa dostaneme do eshopov?

Medzi najobľúbenejšie podporné marketingové kanály patria porovnávače cien, ktoré využíva 76,7 % e-shopov, pričom najaktívnejšie využívanými porovnávačmi sú Heureka (82,4 %), Pricemania (72,7 %) a Najnakup (63,6 %).

Nadviažeme s nimi spoluprácu v tom, aby pre dobrú vec rozoslali svojim e-shopom direct mail, kde by situáciu vysvetlili eshopom.

Košík

	Produkt	Cena	Počet	Celkovo
	 Hviezdna obloha	12,67 €	1 <input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/>	12,67 €
<p>Chcel by si zaokrúhliť objednávku a prispieť na rehabilitačnú zbierku Táničky z Pezinka?</p>				
Hodnota	<input type="text" value="0,33"/>	<input type="button" value="Chcem darovať"/>		
				Pomoc pre Alžbetku pokračovať v liečení
				<input type="button" value="Pristúpiť k platbe"/>

2

SMS

Ak si ľudia objednajú produkt z eshopu a popritom sa rozhodnú zaokrúhliť svoj nákup a darovať, s potvrdzujúcou sms k nákupu im príde aj správa, ktorá im poďakuje za darcovstvo.

V SMS bude priamo link na profil Táničky na dakujeme.sme.sk, kde sa o jej príbehu vie darca ešte viac dozvedieť.

“Like it Or Not, Emotions Will Drive the Decisions You Make.”

Mary C Lamia



3

Pozdrav

Ľudia stále radi dostávajú blahoželania. Spájajú sa im s príjemnými emóciami, že si na nich niekto spomenul a napísal im niečo osobné. Po pár týždňoch túto kartu pošleme ľuďom, ktorí prispeli so správou, že sa nám podarilo aj vďaka nemu vyzbierať peniaze na pomoc Táničke. Na vyvolanie emócie pôjde o zvukovú kartu, s nahratým detským smiechom. Karta má super potenciál na zdieľanie.



4

Social media

Na retargeting použijeme Facebook, konkrétne cielenie Custom audiences - zo získaných telefónnych čísel a e-mailov, takže zasiahneme presne tých ľudí, ktorí už dostali kartu so smiechom dieťaťa.

S každou z vybraných rodín vytvoríme krátke video, kde sa rodičia poďakujú a povedia niečo o situácii doma. Práve v tomto bode bude už darca vidieť dieťa, ktorému pomohol a aj celú rodinu, kde sa môže presne stotožniť s ich situáciou a pochopiť ju. Táto fáza slúži na vytvorenie vzťahu a túžbu darovať opakovane. Z darcovstva sa stalo niečo osobné.

Príbehy budeme zdieľať aj na Facebook stránke dakujeme.sme.sk.

Video je emotívnym dôkazom, že peniaze darcu išli na skutočnú pomoc a vidí svoju reálnu pomoc.



Aj vďaka tebe mám Janka dôvod na úsmev. :)



#ďakujemezausmev

dakujeme.sme.sk

[Learn More](#)

👍 🥰 ❤️ 207

17 Comments 74 Shares 61K Views

Meranie výsledkov

Čo budeme merať

- **Hodnotu mesačných príspevkov na dakujeme.sk**
- **Počet mesačných príspevkov na dakujeme.sk**
- Počet návštev na webe dakujeme.sk
- Zásah na sociálnych sieťach
- Monitoring #dakujemezausmev a zmienky na sociálnych sieťach

Ciele

- **Hodnota príspevkov vyššia o 40 %**
- **Počet mesačných príspevkov vyšší o 60 %**
- **1 100 000** ľudí zasiahnutých na sociálnych sieťach

Rozpočet

Vývoj pluginu	500 EUR
Umiestnenie pluginu na e-shopoch	0 EUR
Produkcia videí	500EUR
Produkcia videí	500EUR
Promo na Facebooku	1 000 EUR
Total	2 500 EUR

Timing

V predvianočnom období zvyknú byť ľudia najštedrejší.

