

Trto hľadá followerov

Insight

Doba pokročila a dnes stále mladšie deti trávajú svoje voľne chvíle online. Začínajú pozeraním rozprávok na Youtube, neskôr sa dostanú k Youtuberom a cez nich na sociálne siete. Tie nie sú žiadne tabu ani pre ich mladých rodičov. Komunikujú na nich a poznajú ich rétoriku. Keď majú s niečím problém, sú zvyknutí hľadať odpovede na internete.

Ak sú deti v našej cieľovej skupine v online prostredí úplnými nováčikmi, musíme k nim hovoriť rečou, ktorú poznajú tak, ako sú na to zvyknuté. Youtube celebrity ako Gogo, Expl0, Selassie a ďalší však s hokejom veľa spoločného nemajú a staršou cieľovkou by boli zavrhnutí. Treba teda nájsť niekoho iného.

Riešenie

Vytvoríme online kampaň, v ktorej použijeme človeka veľmi aktívne komunikujúceho na sociálnych sieťach, hokejistu **Tomáša Tatara**, známeho ako Trto alebo anglicky Tats.

Tatar bude v tejto kampani vytvárať content na Facebook, Instagram a hľadať tak **followerov**, svojich nových **nasledovateľov**.

Aby mal Tomáš zásah na najmladšie ročníky, bude pridávať obsah aj na Youtube. Stane sa tak prvým Youtuberom - profesionálnym hokejistom na svete. **Trto TV** bude iný kanál aké majú klasickí youtuberi. Tomáš bude robiť hokejové vlogy a vyzývať, **aby sa zo sledovateľov stali nasledovatelia**. Obľúbené video formáty vhodne upraví. V Let's play videách sa napríklad nebudete pozerieť ako hrá Xbox, ale hrať bude reálny hokej.

Pre rodičov budú určené QnA vlogy a microsite **trtohladafollowerov.sk**, na ktorej im bude prostredníctvom **trtbota** radiť, ako pre dieťa nájsť kvalitnú a lacnú výstroj, ale aj ako často by sa mali brúsiť nože korčúľ. Na stránke bude sekcia inšpirovaná Tatarovou americkou prezývkou **tatsmyboy**, na ktorej sa budú môcť hrdí rodičia pochváliť domácimi videami ich talentovaných detí - hokejistov.

Funkčnosť

Tomáš Tatar má veľkú fanúšikovskú základňu (FB viac než 216K likes, na Instagrame 139K followerov). Kampaň, ktorá pre neho bude hľadať followerov tak má veľký PR potenciál a veľmi jednoduchý a prirodzený presah do offline komunikácie a eventov. Na microsite sa bude dať za deti hlasovať. Získame tak emailovú databázu rodičov potenciálnych malých hokejistov.