



## **INSIGHT:**

Cieľom bolo vytvoriť kampaň, ktorá by v deťoch vytvorila túžbu zahrať si hokej. Reálny hokej. Zároveň by však mala smerovať aj na rodičov. Tak nám vznikajú dve cieľové skupiny, ktoré oslovíme inými kanálmi i spôsobom.

### **RODIČIA DETÍ (5 - 7 ROKOV)**

Hľadajú rady a návody na internete, radi konzultujú výchovu na fórach. Sú zvyknutí informáciám na webe veriť. V online aj offline sa dnes popularite tešia produkty, ktoré ponúkajú alternatívne riešenia. V skutočnosti však ide často iba o podvod. Osvojíme si tento štýl komunikácie i škandalóznosť, ktorú vyvolávajú a použijeme ich pre dobrú vec.

### **DETI (6 - 10 ROKOV)**

Vedia už čítať, ale i používať zariadenia, vďaka ktorým sa dostanú aj na sociálne siete. Zväčša však nemajú vlastné zariadenie a používajú to od rodičov, prípadne ich rodičia ešte zvyknú na internete sledovať a kontrolovať prísnejšie.

Deti aj v tomto veku ešte obľubujú rozprávky, ale skôr už tie cool. A hokej je v podstate šport superhrdinov. Charakterizuje ho rýchlosť, sila, odvážnosť, tímová práca a navyše aj celý výstroj je niečo ako oblek pre superhrdinov.





## **POUŽITÉ SOCIÁLNE MÉDIÁ:**

### **RODIČIA DETÍ (5 - 7 ROKOV)**

#### **1) Facebook**

Facebook je najnavštevovanejšou sociálnou sieťou na Slovensku. Poskytuje teda možnosť najširšieho zásahu cieľovej skupiny. Ako je už dlhšie známe, Facebook sa rozhodol postaviť budúcnosť obsahu sociálnych médií na videu. Preto v kampani použijeme videá, v ktorých budú navyše účinkovať aj influenceri – známi slovenskí hokejisti.

#### **2) Messenger bot**

Messenger patrí síce do skupiny sociálnych sietí zastrešených Facebookom, no je to samostatná jednotka. V prostredí Messengera budeme pracovať s botom. Messenger predstavil v apríli tohto roku novinku – bota, ktorý sa na základe sledovania komunikácie “ponúkne” sám.

### **DETI (6 - 10 ROKOV)**

#### **3) YouTube**

YouTube je sociálnou sieťou, ktorú poznajú (a často vedia aj používať) už aj trojročné deti. Najčastejšie tam sledujú rozprávky, riekankové a pesničkové klipy. Na YT kanáli bude pridávaný pravidelný obsah, ktorý bude vytvorený tak, aby cieľovú skupinu zaujal, hovoril jej jazykom.





## **KREATÍVNE RIEŠENIE:**

Spájajúcim prvkom je vytvorenie a predstavenie fiktívneho produktu/výživového doplnku iC3. Názov vychádza zo slova “ice”, no samotný produkt obsahuje esenciu všetkého, čo hokej predstavuje.

### **RODIČIA DETÍ (5 - 7 ROKOV)**

#### **1) Facebook**

Z radu známych slovenských hokejistov, vyberieme influencerov, napr. Ľubo Višňovský, Zdeno Chára, Boris Sáddecký. Tí sa priznajú k užívaniu iC3 už od detstva a budú tento “zázrak” odporúčať všetkým deťom, resp. rodičom. Obsah vo videách a článkoch bude podobný. Komunikovať budú účinky iC3, napr.: pravidelná fyzická aktivita, tímová spolupráca, zodpovednosť, disciplína, ale i zážitky a emócie. Postupne sa odhalí, že aj Orange “zázrak” podporuje a že ide o hokej.

#### **2) Messenger bot**

Nášho bota by sme nastavili na slová ako: vitamíny, celé dni pri počítači, nechodí von,... Automaticky by sa objavila ponuka, ktorá by po kliknutí na ňu otvorila okno s možnosťami hokejových aktivít pre deti v danej lokalite.

### **DETI (6 - 10 ROKOV)**

#### **3) YouTube**

Na tejto platforme pribudne každý týždeň nový diel animovaného seriálu. Jeho hlavnou postavou je dieťa, chlapec Adam. Ten odhalí, že existujú miesta, kde sa vyskytuje špeciálna látka iC3. Práve tam starí majstri postavili hokejové štadióny, ktoré sú okrem iného i školy pre malých superhrdinov – hokejistov. Adam sa rozhodne stať jedným z nich. Po ceste za jeho snom ho sprevádza učiteľ (známy hokejista, napr. Višňovský), získava nových priateľov, zážitky, skúsenosti a zručnosti. Presah do offline – komix, postavičky, nálepky, kartičky...