

# SUMÁR KAMPANE

Žijeme v období, v ktorom najmladšia generácia trávi viacej času pred obrazovkou ako vonku. Nechceme, aby deti prichádzali o jedinečné chvíle života a vymieňali ich za mobilné dáta.

Prioritou našej kampane je zvýšenie pohybu detí pomocou sofistikovanej mobilnej aplikácie s prvkami gamifikácie a s presahom do offline sveta. So zapojením hokejových legiend (Hossa, Gáborik, Šatan, ... ) a sociálnych sietí, vytvoríme hokejové šialenstvo vo všetkých základných školách. Spočiatku rozprúdime zvedavosť pomocou Youtuberov a Instagram influencerov, ktorá vyustí do pravidelného zapájania sa detí do aktivít kampane. Podporovať ich budú aj rodičia, pre ktorých sme pripravili webovú aplikáciu s možnosťou monitorovania pokroku dieťaťa alebo podporou od výživového poradcu, či športového trénera.

Využitie interaktívnej cover fotky na Facebooku a hashtagu na Instagrame chceme vzbudiť záujem našej cieľovej skupiny v širšom ponímaní.

# INSIGHT

Dnešné deti trávia v priemere len 4 hodiny vonku, čo je až o polovicu menej v porovnaní s ich rodičmi [1]. Naopak, viac a viac sa ponárajú do digitálneho sveta - priemerne na 6 až 8 hodín denne [2]. Ich najlepšieho priateľa predstavuje mobil.

Kľúčom k získaniu ich pozornosti je práve komunikácia prostredníctvom mobilných telefónov. V tomto veku sú deti prirodzene tvorivé, hravé a radi súťažia. Napodobňujú vzory, ktoré nachádzajú vo svojich rodičoch alebo v iných úspešných ľuďoch.

Zo štatistík vyplýva, že vďaka Facebooku je možné osloviť až 110 000 detí z celkového počtu 294 000 narodených v SR [3, 4].

[1] <https://www.theguardian.com/environment/2016/jul/27/children-spend-only-half-the-time-playing-outside-as-their-parents-did>

[2] <http://www.bbc.com/news/technology-32067158>

[3] <http://s3.datawrapper.de/wFlei/>

[4] <http://www.zdnet.com/article/38-of-kids-on-facebook-are-under-the-minimum-age-of-13/>

# RIEŠENIE

Pomocou mobilnej aplikácie s prvkami gamifikácie budú v deťoch podnietené ich prirodzené vlastnosti (hravosť a tvorivosť). Hráči pomocou systematickej prípravy, tréningov a súťaží napredujú a cestou dosahujú checkpointy, za ktoré sú odmeňované (podpísaný dres, či hokejka, lístky na hokej a pod). Vo finále potom stretnú svoj idol.

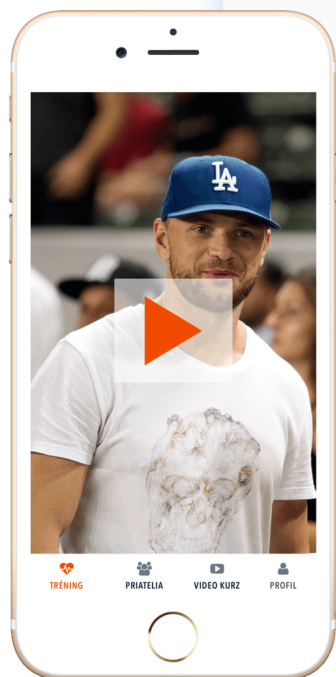
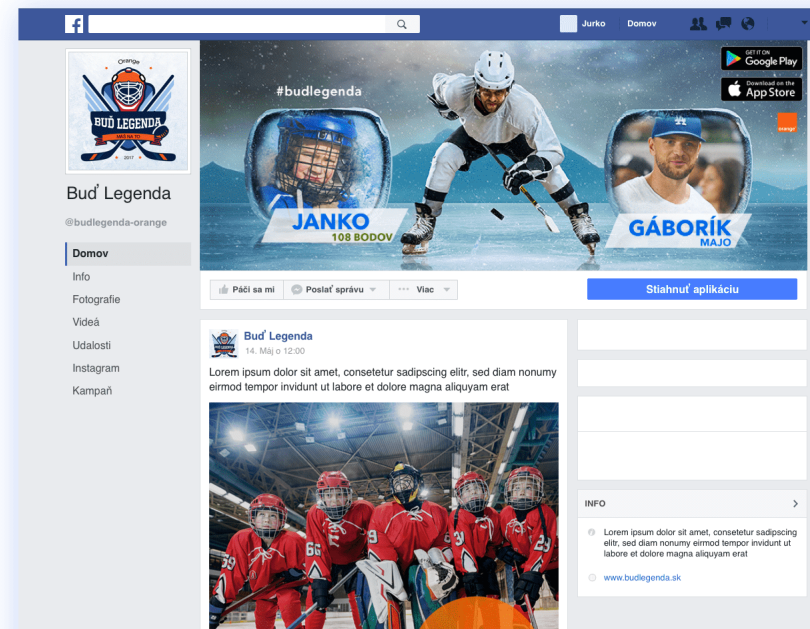
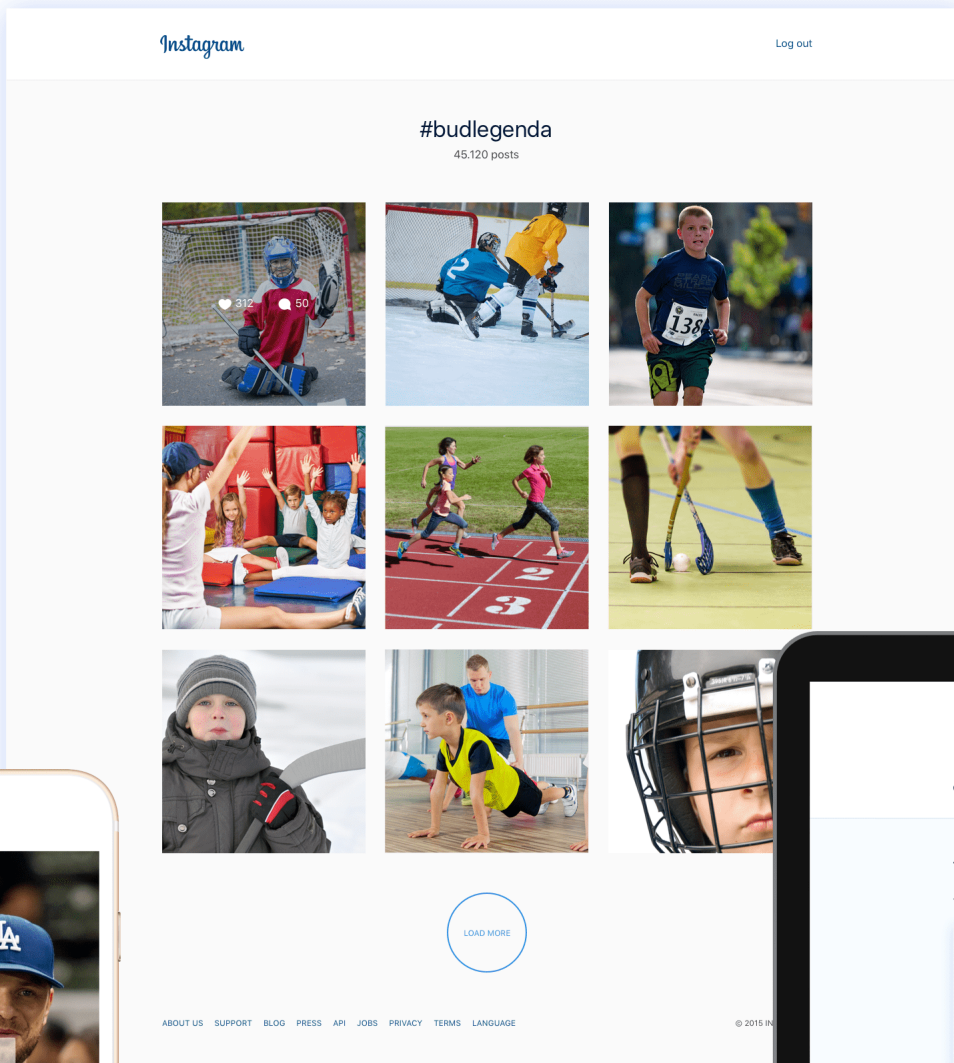
Dieťa bude počas celého procesu získavať personalizovaný obsah od hokejových hrdinov vo forme podporných správ, videí alebo darčiekov. Deti si tak ľahšie vytvoria vzťah k hráčom a celkovo aj k hokeju. Takto budú zažívať pocit, že sú výnimočné. To im dodá chuť do ďalších výziev.

Rodičia budú s deťmi spolupracovať pomocou interaktívneho webu prepojeného s mobilnou aplikáciou. Web rodičom umožňuje sledovať pokroky ich detí a komunikácie s vyživovým poradcom alebo športovým trénerom.

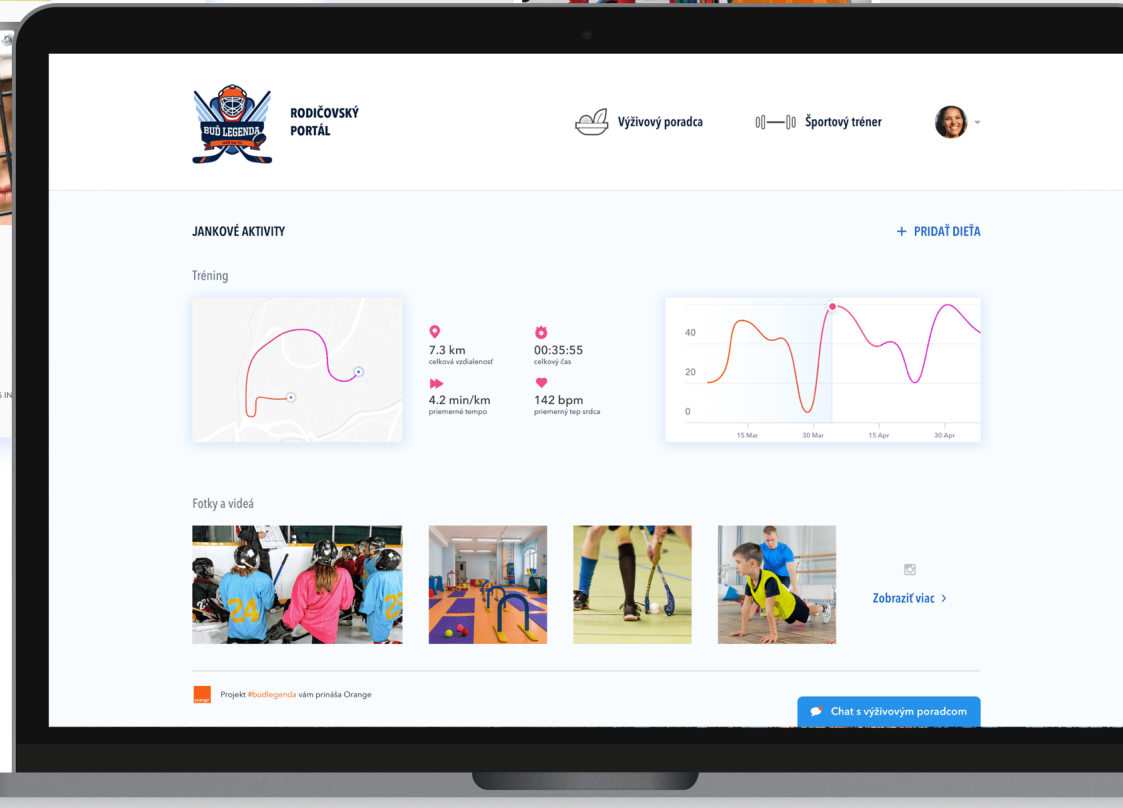
Aplikácie sú kombinované so sociálnymi sieťami: Facebook, Instagram a Youtube, pretože tie sú najviac používané v našich cieľových skupinách.

# FUNKČNOSŤ

1. Pre získanie čo najširšieho publika a vybudovanie dlhotrvajúceho vzťahu využijeme hlas populárnych slovenských YouTuberov a Instagram influencerov. Tento štart kampane sprevádzajú billboardy s neurčitými, ale provokačno-motivačnými heslami, za účelom vyvolania zvedavosti a diskusie v cieľovej skupine.
2. Následne bude vydaná mobilná a webová aplikácia, z ktorej každá bude propagovaná špecifickej cieľovej skupine prostredníctvom sociálnych sietí. Pre účely kampane vytvárame hashtag [#budlegenda](#), pod ktorým bude cieľová skupina zdieľať multimediálny obsah.
3. Najaktívnejšie dieťa v týždni bude zobrazené spolu so svojim idolom na cover fotke Facebookovej stránky kampane. S cieľom maximalizovať zapojenie a súťaživosť cieľovej skupiny, vytlačíme cover fotku nadrozmernej veľkosti a zavesíme ju v škole najušilovnejšieho dieťaťa.
4. Vyvrcholenie kampane nastáva v momente stretnutia 15-tich najšikovnejších detí so svojím idolom (každý idol bude mať svoj tím). Stretnutie prebieha aj za účasti televízie, čím podporíme atraktivitu hokeja a športu ako takého.

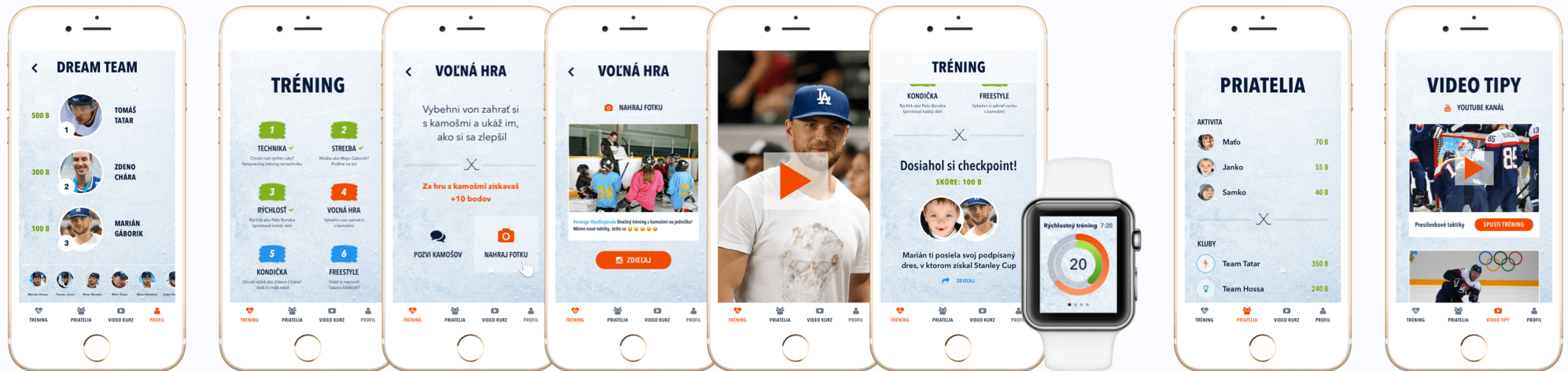


Mobilná aplikácia

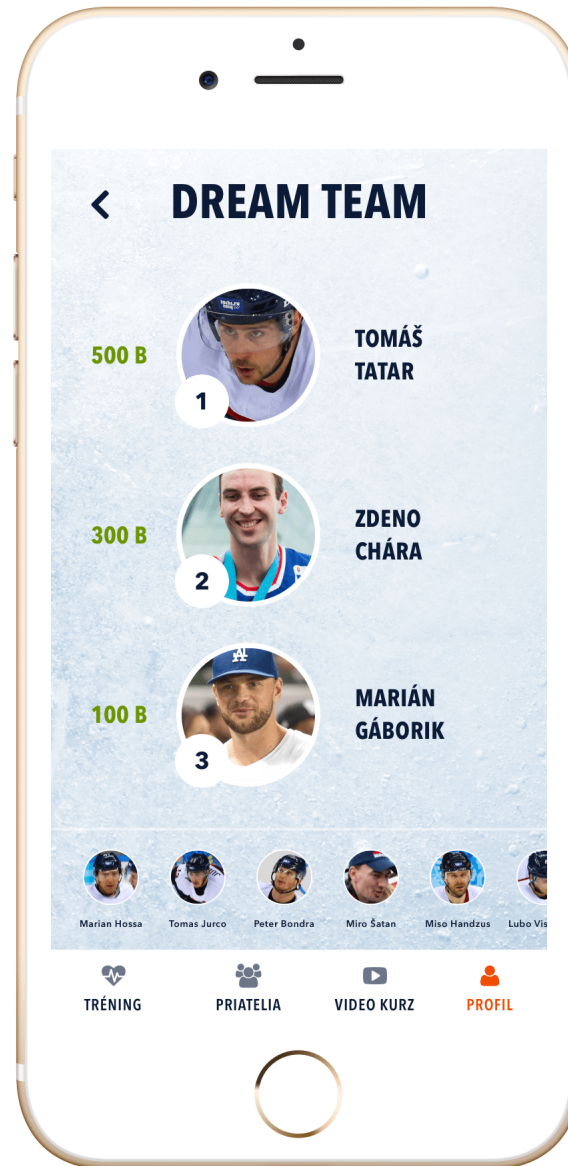


Webová aplikácia

Mobilná aplikácia plniaca funkciu motivátora a trénera v jednom.

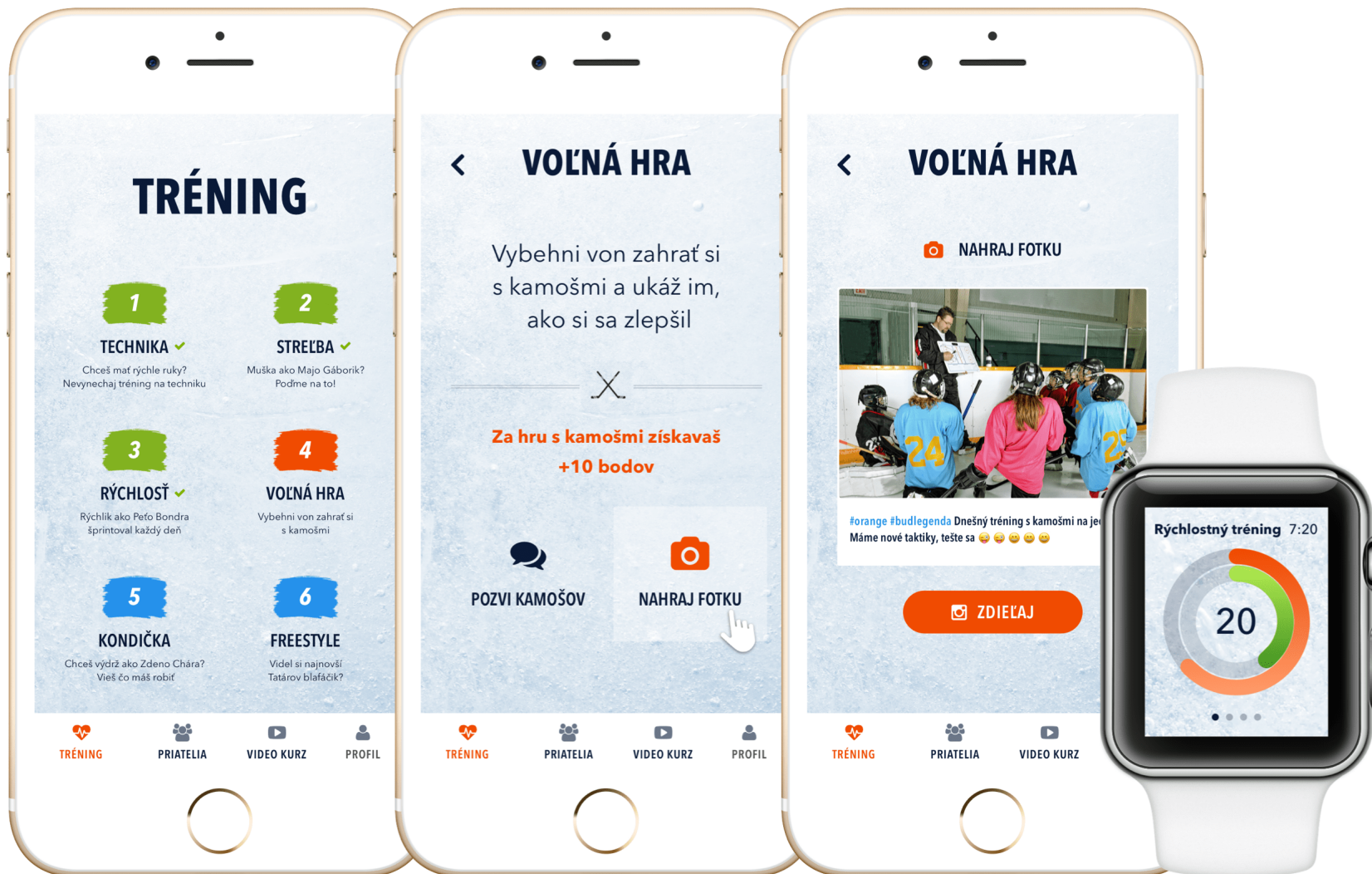


Po registrácii si dieťa vyberie svoj tím snov.



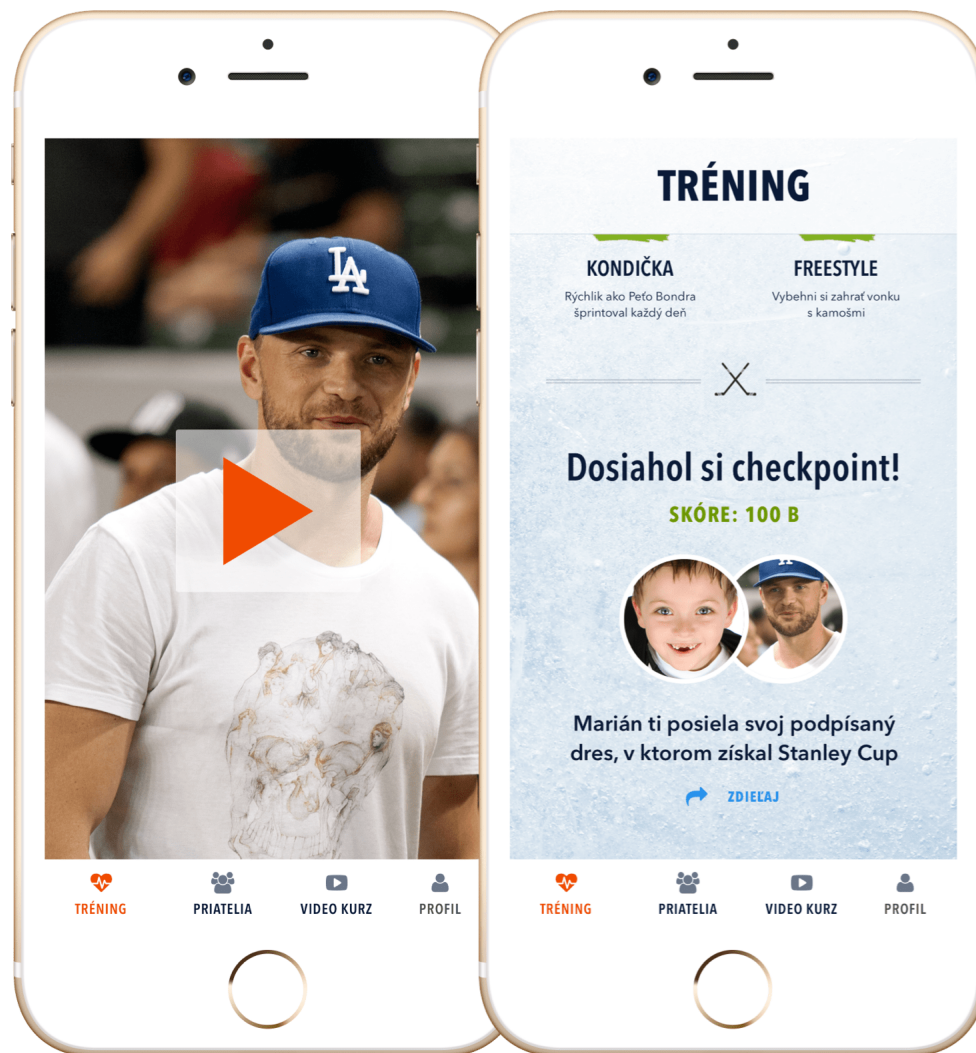
Pre dostiahnutie checkpointov je nutné absolvovať tréningy.

Každý tréning sa potvrdzuje pridaním fotky alebo videa. Tá je automaticky zdieľaná s #budlegenda

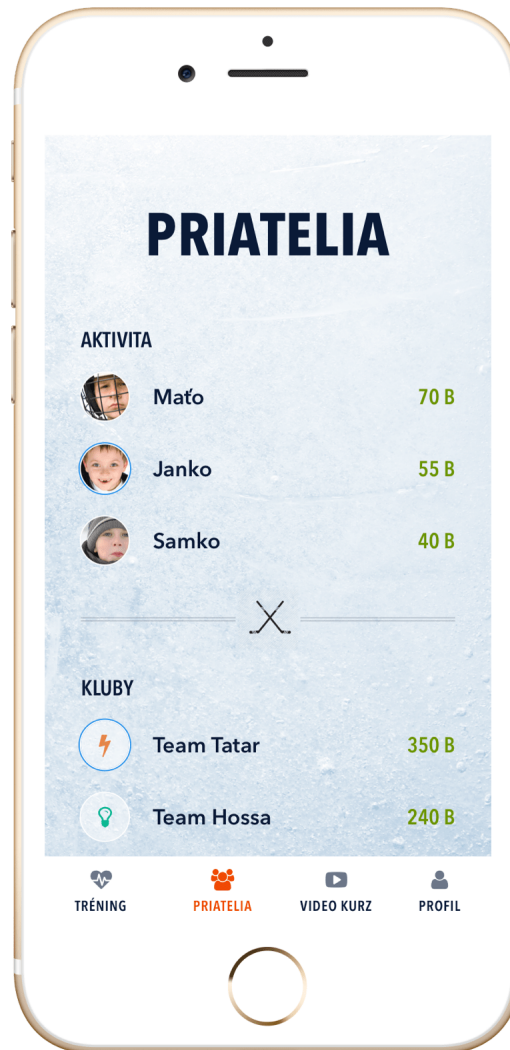




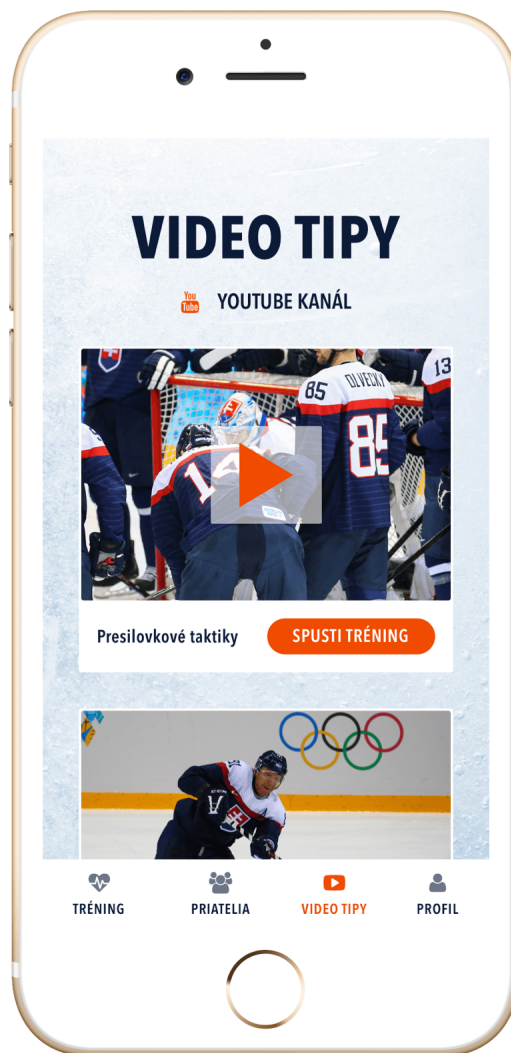
Po dosiahnutí checkpointu dieťaťu zavolá jeho hokejový hrdina a podporí ho na jeho ceste.  
Okrem toho ho tiež obdaruje vždy unikátnym darčekom.



V sekcii Priatelia je možné sledovať aktuálne skóre a poradie všetkých priateľov.

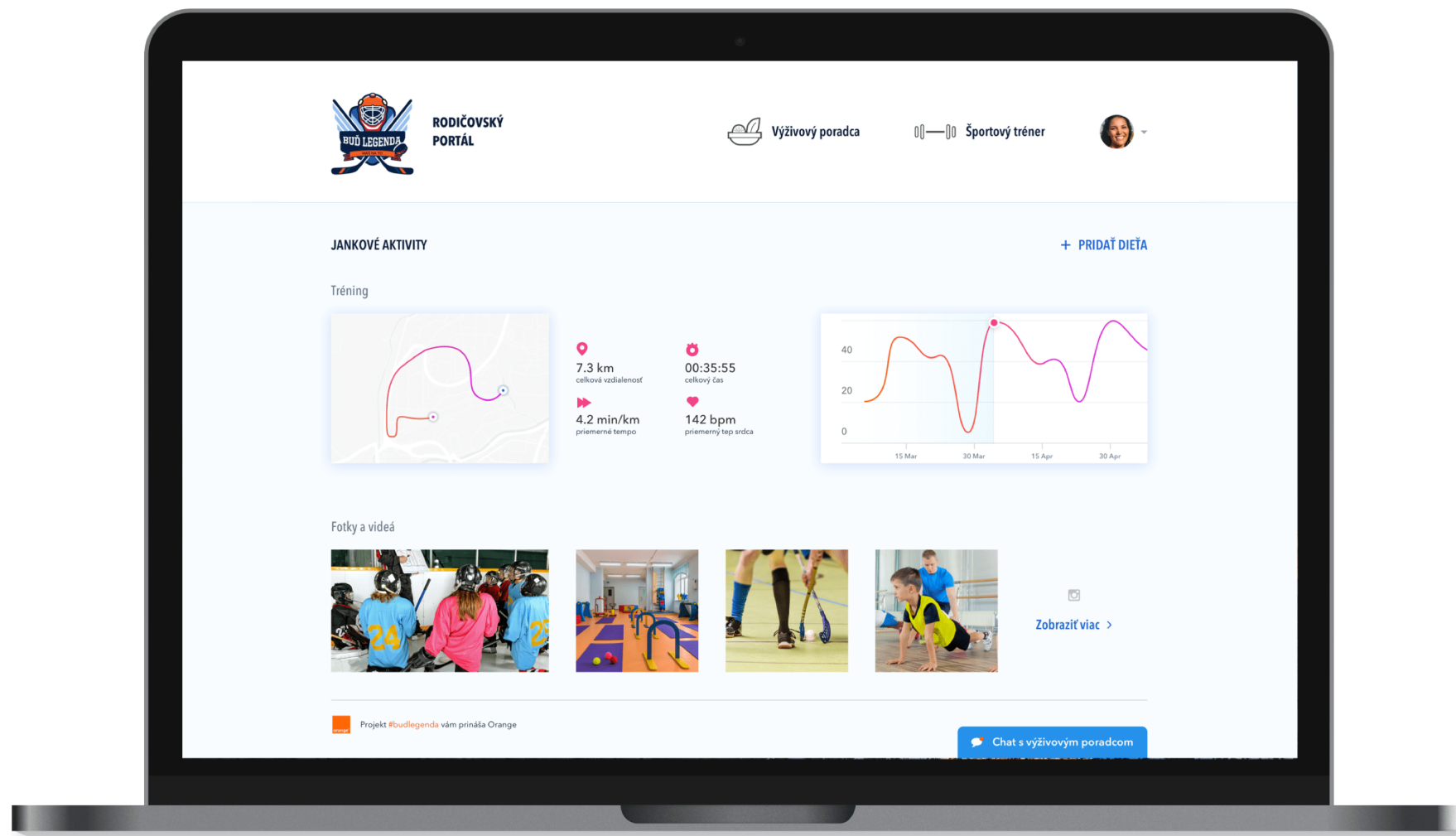


Táto sekcia aplikácie ponúka videá z oficiálneho YouTube kanála kampane #budlegenda, ktoré obsahujú najlepšie videá slovenských hokejistov.

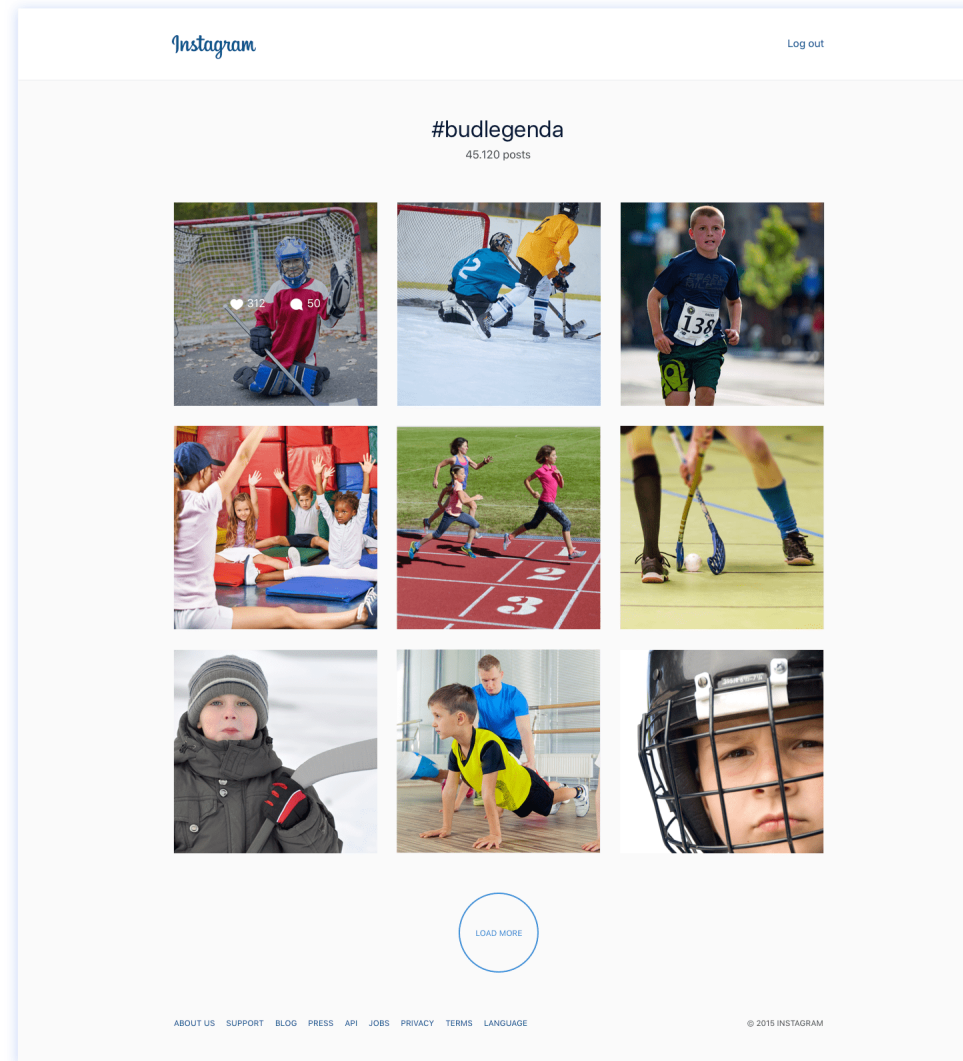


**Webová aplikácia** slúži rodičom na sledovanie pokroku svojich detí.

Naviac umožňuje komunikáciu s výživovým poradcom a športovým trénerom.

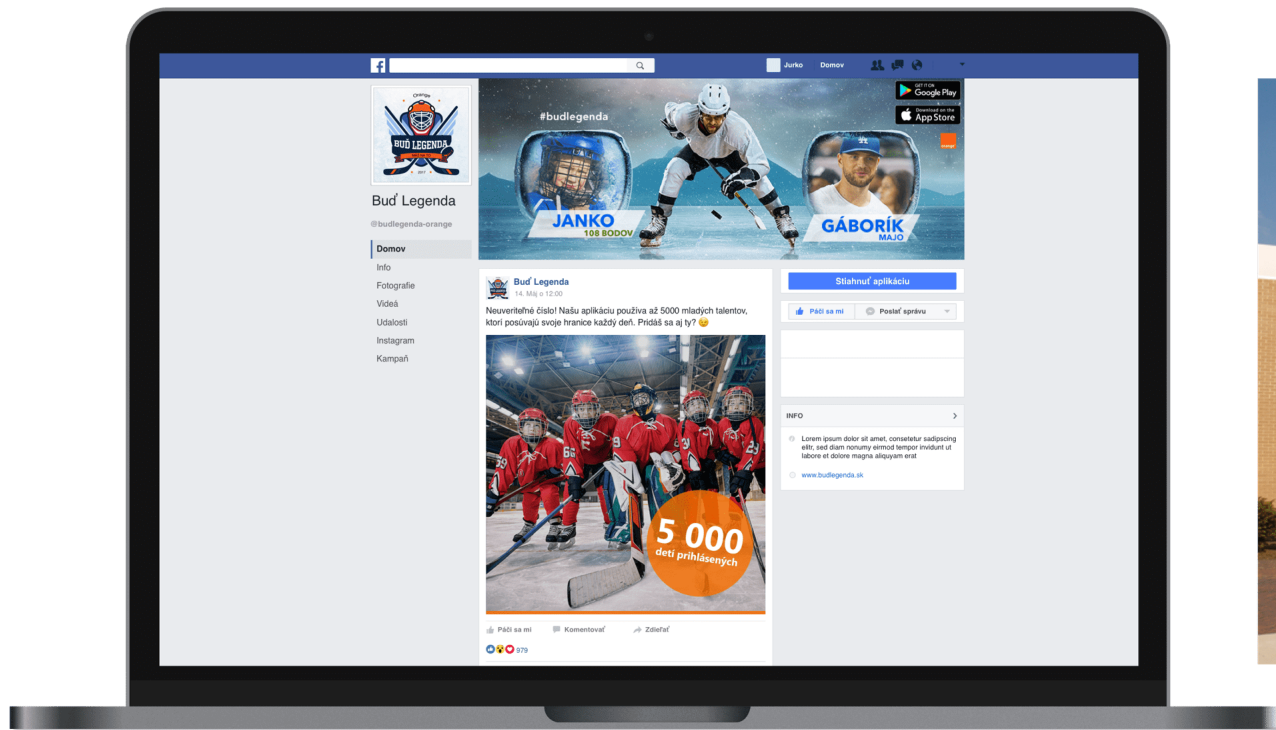


Všetky fotky a videá nahraté prostredníctvom mobilnej aplikácie automaticky obsahujú #budlegenda a sú preposielané na **Instagram**.



Každý týždeň bude najaktívnejšie dieťa zobrazené spolu so svojim idolom  
na cover fotke **Facebookovej stránky kampane.**

Vytlačená fotka nadmernej veľkosti bude taktiež umiestnená v škole víťaza.



# SUMÁR KAMPANE

Žijeme v období, v ktorom najmladšia generácia trávi viacej času pred obrazovkou ako vonku. Nechceme, aby deti prichádzali o jedinečné chvíle života a vymieňali ich za mobilné dáta.

Prioritou našej kampane je zvýšenie pohybu detí pomocou sofistikovanej mobilnej aplikácie s prvkami gamifikácie a s presahom do offline sveta. So zapojením hokejových legiend (Hossa, Gáborik, Šatan, ... ) a sociálnych sietí, vytvoríme hokejové šialenstvo vo všetkých základných školách. Spočiatku rozprúdime zvedavosť pomocou Youtuberov a Instagram influencerov, ktorá vyústí do pravidelného zapájania sa detí do aktivít kampane. Podporovať ich budú aj rodičia, pre ktorých sme pripravili webovú aplikáciu s možnosťou monitorovania pokroku dieťaťa alebo podporou od výživového poradcu, či športového trénera.

Využitie interaktívnej cover fotky na Facebooku a hashtagu na Instagrame chceme vzbudiť záujem našej cieľovej skupiny v širšom ponímaní.