

Kampaň: Ber, čo chceš

Klient: O2

Projekt **O2 Roadshow Moja story, tvoja story** je sám o sebe už PR kampaňou, ktorá by mohla s pomocou dobre nastavenej mediálnej stratégie fungovať aj s existujúcim obsahom. Snažili sme sa preto vymyslieť riešenie, ktoré bude efektívne vykrývať zadané ciele – informovať CS o projekte a zapojiť čo najviac škôl a hlasujúcich.

Rozhodli sme sa ísť cestou nachytávacej súťaže. Prostredníctvom viacerých nástrojov prilákame stredoškolákov na microsite s atraktívnymi cenami, ktoré jednoducho musia mať. S heslom **Ber, čo chceš** ich necháme vybrať si tú hodnotnú cenu alebo prácu snov, bez ktorej nedokážu žiť. Jednoducho – v živote si treba zobrať to, čo chceš...

Potom však príde malý háčik – výhra nebude taká jednoduchá, presne, ako to v živote chodí. Dobré veci si treba zaslúžiť! Keďže o tomto vedia najlepšie porozprávať úspešní ambasádori projektu, pre výhru skvelých cien stačí len zapojiť školu do projektu a trochu sa posnažiť, aby sa ňu ľudia aj hlasovali.

Ide o veľmi efektívnu a jednoduchú kampaň, ktorá priamo zaručí, že zadané ciele budú splnené a o projekte sa dozvie nielen cieľová skupina, ale zároveň aj ich blízki, ktorí za školy budú hlasovať.