

# INSTA story

## BACKGROUND

Generácia Z (Gen Z, iGeneration, Pivotal) – mládež pohltená informáciami topiacich sa na sociálnych sieťach. Až nato, že títo mladí nadšenci sa v spomínaných „vodách“ netopia, ale idú s prúdom. Že nám nevyhovuje ich pohľad na vec? Ich neochota riešiť problémy? Spôsob vyjadrovania sa? Že nerešpektujú authority? Vraj žijú len vo svete online? Realita je bezpredmetná? Títo mladí ľudia sú jedineční. Nesnažme sa ich zmeniť. Skúsme ich pochopiť. Začnime myslieť na rovnakej vlne, ako oni.

Generácia X však zrejme nikdy nepochopí, prečo ich potomkovia nachádzajú priestor pre sebarealizáciu na sociálnych sieťach. Ale my áno. Prečo? Pretože to milujú. Faktom je, že oni sami si denno-denne vyhľadávajú úspešných ľudí, v ktorých vidia svoje vzory. Presne taký sú títo 4 ambasádori – Laci, Janka, Tomi a Strapó. Instagram je priestor pre vyjadrenie seba pomocou vizuality a často bez slov.

## CIEĽ

Cieľom kampane je vyrušiť cieľovú skupinu a získať jej pozornosť sústredenú takmer výhradne v online priestore pomocou nových filtrov na instagrame, ktoré uvedú do sveta práve 4 ambasádori. Po tom, ako cieľovka uvidí filtre na ich insta stories ich bude môcť používať a šíriť tiež, nenútene sa tak dozvie o roadshow. Filtre by boli kreatívne navrhnuté v súvislosti s charakteristickými znakmi jednotlivých ambasádorov, je možné sa pohrať s pohybmi hlavy či mimikou.

Ako interaktívnu formu sme vybrali rozšírenú realitu. Je to efektívny spôsob prilákania pozornosti a vytvorenie šumu okolo. Pomocou kamier umiestnených v priestoroch predajní O2 v nákupných centrách budeme real-time natáčať okoloidúcich a zároveň obraz premietiť na obrazovke vo výklade predajne. Okoloidúci uvidia na obrazovke seba a rozšírenú realitu, v ktorej môžu stretnúť 4 ambasádorov. Tí budú virtuálne predvádzať to čo im ide najlepšie. Kampaň môže vyvolať rozruch natoľko, že sa o ňu dobrovoľne budú zaujímať médiá, čím získame mediálny priestor v podstate zadarmo.