„Poznaj svoju hodnotu“

Kreatívny brief

Projekt: „Equal pay day“
Klient: News and Media Holding
Dátum: 1. 5. 2018

CIELE KAMPANE:

Prečo sa bude projekt realizovať?

Chceme zvýšiť povedomie verejnosti o platovej nerovnosti mužov a žien nielen na Slovensku. Myslíme si, že je potrebné toto povedomie neustále zvyšovať až do momentu, kým nenastane rovnosť.

Čo potrebujeme vytvoriť?

Potrebovali by sme vytvoriť kreatívnu kampaň, ktorá upozorní na nerovnosť v platoch medzi mužmi a ženami na Slovensku. Keďže máme modernú, mladú a digitálnu CS potrebujeme vytvoriť kampaň, ktorá prepojí print a online.

Aká je kreatívna výzva projektu?

Vizuál pre printové vydania vybraných titulov mediálneho domu News and Media Holding a HTML bannery pre ich webové verzie.

Čoho sa kampaň týka? Čo ideme komunikovať?

Kampaň sa týka rodovej nerovnosti na Slovensku, hlavne v oblasti platov, bonusov, pracovného zaťaženia a pracovných príležitostí. Chceli by sme upozorniť na priepastné rozdiely v platoch medzi ženami a mužmi na Slovensku (prípadne vo svete).

Aké sú hlavné ciele kampane?

Zvýšenie povedomia o nerovnosti platov hlavne v generácii Y (tzv. mileniáli). Snaha motivovať ženy k tomu, aby sa nebáli pýtať si platy, ktoré im za konkrétne platové pozície prináležia. Zároveň chceme, aby ani muži neboli apatickí voči tejto téme.
Chceme, aby muži podporovali ženy v rodovej rovnosti a aby ženy boli sebavedomejšie pri presadzovaní svojich práv (hlavne v pracovnej oblasti - v platoch, povýšení a bonusoch).
Týka sa to každej ženy z CS a zároveň aj chlapov, keďže ide o ich manželky a frajerky, zasahuje to úplne každého v rámci CS. CS si musí uvedomiť, že rodová rovnosť je momentálne len na papieri. Mladí ludia si plánujú rodinu, alebo ju už zakladajú a určite nechcú, aby ich dcéry boli v tak vyspelej časti sveta, akou je Európa považované za menejcenné (v žiadnej oblasti).

Aké formáty majú byť v kampani použité?

Použijeme printové tituly mediálneho domu News and Media Holding:
PLUS 7 DNÍ, Trend, EMMA a Dobré jedlo
Použijeme online verzie týchto titulov a ďalšie vybrané weby NMH:
Pluska.sk, Trend.sk, Plus7dni.sk, Medialne.sk, Emma.sk, Dobrejedlo.sk
Túto aktivitu chceme zároveň podporiť v TV + RO

NEWS & MEDIA
holding

ÚDAJE O SPOLOČNOSTI:

Aké je poslanie/ciele spoločnosti?

News and Media Holding je najväčšou slovenskou mediálnou spoločnosťou. Do nášho portfólia patrí najširšia škála printových a online titulov. Značka News and Media Holding prináša lifestylové, spoločenské, odborné, ekonomické, detské, ale aj hobby tituly.

Kto je konkurencia a ako sa od nej odlišujete?

Konkurenciou pre News and Media Holding sú ostatní vydavatelia, vzhladom však na ich portfólio nie ohrozujúcou konkurenciou. Najväčším odlíšením od konkurencie je najmä široká škála portfólia, ktorou náš mediálny dom disponuje.

Aké sú vaše hlavné výhody a nevýhody pre zákazníka?

Výhody: Zákazník prostredníctvom nášho portfólia dokáže nielen zasiahnuť široké publikum, ale zároveň vďaka konkrétnym titulom dokáže cieliť na vybrané cielové skupiny úplne presne.
Nevýhody: Aj napriek širokému portfóliu, nepokrývame kompletný trh, najmä špecifické záujmové oblasti (napr. automoto).

Kto je cielová skupina spoločnosti? Aké sú jej zvyklosti a ako vníma značku?

PLUS 7 DNÍ: 30+, zaujímajú sa o aktuálnu situáciu na Slovensku, technické vychytávky,
TREND: 30+, zaujíma ich aktuálne dianie, politika, ekonomika, sú vysokoškolsky vzdelaní,
EMMA: 20+, zaujímajú sa o seba, módu, lifestyle, šoubiznis,
Dobré jedlo: 30+, zaujíma ich zdravý životný štýl, radi idú s dobou.

Aký je ciel komunikácie?

Chceme dosiahnuť, aby sa CS angažovala v presadzovaní platovej rovnosti a ďalších pokrokových zmien v spoločnosti. Aby sa zaujímala o to, čo sa deje okolo, nebola nevšímavá a poznala podrobne problematiku rovnosti platov medzi mužmi a ženami.

Key message

Nemaj v paži = Neignoruj = Poznaj svoju hodnotu

PRODUKČNÉ DETAILY:

Aký je termín realizácie kampane?

Radi by sme poukázali na to, že ženy na Slovensku pracujú 2 mesiace v roku zadarmo v porovnaní s mužmi. Kampaň by mohla prebiehať počas prvých 2 mesiacov v roku (január, február) vo vybraných médiách NMH. Intenzita by závisela od konkrétneho titulu.

Aký je rozpočet na kampaň?

Na kampaň využijeme médiá NMH, konkrétne reklamnú plochu, ktorú za iných okolností NMH predáva klientom. Očakávame teda produkčné náklady agentúry (vrátane kreatívy). Išlo by o návrh jednotlivých formátov bannerov na weby a kreatívu na printové reklamy a naplánovanie kampane. Rozpočet by nemal prekročiť 10 000 eur. Ak budeme kampaň podporovať v TV + RO vieme zvýšiť rozpočet o 30 000.