



**Posledná
rozlúčka.**

Zákazníci Orange Slovensko už aj zabudli, že majú doma starý nepotrebný mobil. Pritom jeho darovaním môžu pomôcť dobrej veci. A to úplne **zadarmo**.

insight.

My im tento fakt pripomenieme. Vytvoríme sériu digitálnych **Posledných rozlúčok** so starými telefónmi. **Zvýrazníme** všetko, čo bolo kedysi na našich starých telefónoch dobré, ale dnes by už tak celkom nefungovalo. Tým dáme ľuďom možnosť' uvedomiť si, že majú doma niečo, čo už dávno nepotrebujú.

idea.

Rozlúčka so starými telefónmi má 3 formy:

Posledné zážitky, Rozlúčkový Livestream a Polyfy.

Aktivity podporíme vysvetľujúcimi postami a video obsahom, ktorý vznikne z vyššie uvedených aktivít.

exekúcia.



Posledné zážitky (Explo&Matúš)

Exploited si na 24 h. vymení svoj mobil za Siemens A50, s ktorým prežije deň plný výziev. Tým sa stane pre svojich followerov offline. Jeho deň však bude starostlivo monitorovaný Matúšom, ktorý dá ľuďom na konci dňa možnosť hlasovať či má Explo telefón vyhodiť alebo “pomôcť prírode”. V poslednej story odovzdá svoj mobil na dobrú vec - do predajne Orange Slovensko a vyzve ľudí, aby urobili to isté.

Z Posledných zážitkov influenceri vytvoria “explanatory video”, ktoré popisuje, čo sa stane s mobilom po tom, ako ho klienti zanesú do predajne.



mcokajcek

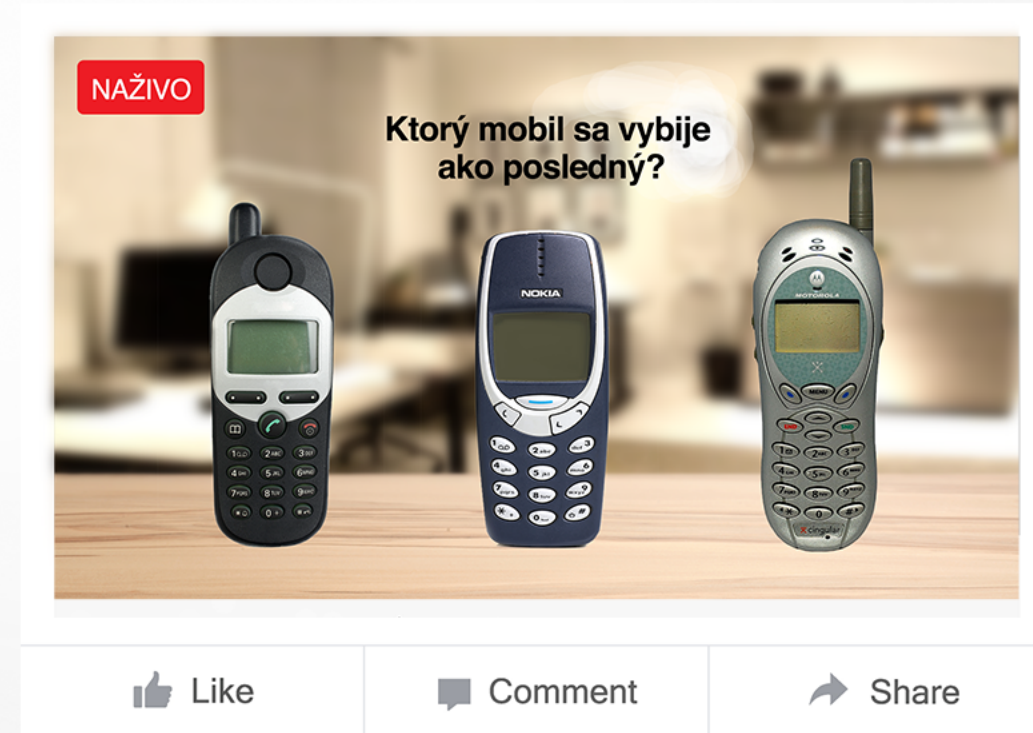


exekúcia #1



Rozlúčkový livestream

Vytvoríme Facebook Livestream, v ktorom si pripomenieme najlepšie vychytávky (posielanie súborov cez infraport, prehrávanie melódií, hry, prezváňanie) troch modelov: Siemens A50, Nokia 3310, Motorola RAZR. Úlohou našich fanúšikov bude si v komentároch tipnúť, ktorý mobil sa vybije ako posledný. Jeden náhodne vybraný správny tip odmeníme telefónom.



exekúcia #2



Polyfy

Rozlúčku so starými telefónmi presunieme aj do Spotify účtov v podobe reklamy. Najznámejšie hity pretransformujeme do polyfonických zvonení. V polovici songu sa prehrávanie zastaví. Nasleduje voiceover s jasným posolstvom: Tvoj starý telefón už dohral? Je na čase ho posunúť na dobrú vec.



exekúcia #3

Na komunikáciu kampane **Posledná rozlúčka** sme sa rozhodli použiť platformy, ktoré podľa nás cieľová skupina využíva najviac. Komunikáciu CSR aktivít sme odľahčili použitím originálnych nástrojov - často sledované influencerské Instagram profily, interaktívny Facebook livestream či málo využívaný, no efektívny Spotify.

riešenie.



Tak s koľkými sa rozlúčime?