

HDL: Starý mobil, nový význam

Copy: Prineste nám svoj starý mobil a my ho ekologicky zrecyklujeme. Za každý vrátený mobil prispejeme na Ligu proti rakovine a vás zaradíme do žrebovania o nový Huawei P9.

Insight - Aj napohľad nepotrebný produkt, v našom prípade starý mobilný telefón, dokáže mať tiež iné využitie ako len telefonovanie. Inými slovami „nový význam“. Ten stvárnime zaujímavým vizuálom, ktorý v sebe nesie myšlienku projektu - ochranu životného prostredia v dôsledku ekologického spracovania. Aj niečo staré a nepotrebné tak môže v sebe ukrývať level dôležitosti. Záleží od uhla pohľadu a pocitu zodpovednosti, ktorý spoločnosť Orange charakterizuje.

Riešenie – Keďže ide o kategóriu digitál, rozhodli sme sa využiť 3 najpopulárnejšie sociálne siete našich zákazníkov – Facebook, Instagram a Twitter. Komunikovať budeme formou príspevkov a reklamných bannerov, ktoré upozornia verejnosť na zber starých mobilov v Orangei. Tým, že prezentujeme peknú myšlienku s motiváciou v podobe výhry, majú príspevky aj dostatočný virálny potenciál. Vieme tak osloviť čo najširšie spektrum ľudí, ktoré sa v konečnom dôsledku môže zapojiť do tejto akcie.

Funkčnosť – Nami navrhnutá kampaň myslí na všetky požadované body. Posilňuje pozitívne vnímanie značky Orange ako starostlivého operátora, a to aj v oblasti CSR. Zároveň motivuje ľudí a učí ich nenásilnou formou brať väčší ohľad na životné prostredie, čo je v spoločnosti čoraz aktuálnejšou témou. Vďaka tomu pôsobí značka Orange tiež nadčasovo a inovatívne. Nepôsobí len ako operátor ponúkajúci výhodné telefónne služby, ale aj ako operátor, na ktorého dobročinné aktivity môžu byť zákazníci hrdí.