

Insight:

Zosnulým odjakživa zvykneme venovať chvíľu ticha. Problem však nastáva, keď sa táto chvíľa ticha natiahne na týždne, mesiace, ba až roky.

Challenge:

Ako osloviť ľudí, ktorým sa ťažko hovorí o strate blízkej osoby, a zároveň poukázať na problém, že dusiť v sebe smútok a byť ticho, viac škodí ako prospieva?

Idea:

Tak, že stíšime to, kde sa vždy veľa narozprávalo - reklamy. Plamienok predstavuje Tiché reklamy.

Explicácia:

Najväčší mediálni spenderi na Slovensku (Orange, Telekom, O2, Lidl, Slovenská sporiteľňa, ČSOB, Poštová banka, atď.) sú zodpovedné inštitúcie, ktoré sa dokážu zapáliť pre dobrú vec. Preto v spolupráci s nimi vytvoríme nové - tiché verzie ich reklám, v ktorých hrdinovia nič nehovoria.

Ako to urobiť efektívne?

Dopredu sa dohodneme so značkami, aby pri príprave jesenných a zimných kampaní počítali aj s "tichou" verziou spotov, online videí, a pod. Takto sa nám podarí minimalizovať a zefektívniť produkčné a mediálne náklady. Navyše, nepotrebujeme prerábať celé spoty, stačí nám z každého 1 až 2 kľúčové scény, ktoré nie je počas produkcie problém natočiť. Napríklad:

V pôvodnej reklame na VÚB banku sledujeme Petru Polnišovú a jej kamarátky pri rozhovore o prerábke.

Avšak v čase našej kampane ľudia uvidia spot, v ktorom tí istí hrdinovia nič nehovoria. Naopak, vidíme, že ich niečo trápi, sú smutní, niečo v sebe dusia. Nič nepripomína atmosféru pôvodného spotu. Na záver nepríde packshot VÚB banky, ale náš message:

*"Ticho vašu bolesť zo straty blízkej osoby neutíši.
V Centre smútkovej terapie sme pripravení vypočuť si vás.
Plamienok."*

V podobnom duchu pokračujeme aj pri ďalších TV spotoch či online videách.

Influencer Marketing a Native Advertising

Tému ďalej rozvíjajú influenceri, ktorí sa zdôverujú s vlastnými skúsenosťami zo straty blízkej osoby. Vďaka využitiu ich kanálov a native advertisingu, dostaneme naše posolstvo k ešte širšiemu publiku.

Plamienok.sk

Okrem vyššie zmienených mediatypov počítame s remarketingovými formátmi (YouTube Bumper Ads, GDN bannery, Google Search reklamy), pričom každá kampaňová exekúcia smeruje na

stránku www.plamienok.sk, kde sa záujemca dozvie viac o problematike a má možnosť sa objednať do Centra smútkovej terapie.

Influencer Marketing a Native Advertising

Tému ďalej rozvíjajú influenceri, ktorí sa zdôverujú s vlastnými skúsenosťami zo straty blízkej osoby. Vďaka využitiu ich kanálov a native advertisingu, dostaneme naše posolstvo k ešte širšiemu publiku.