

## Insight

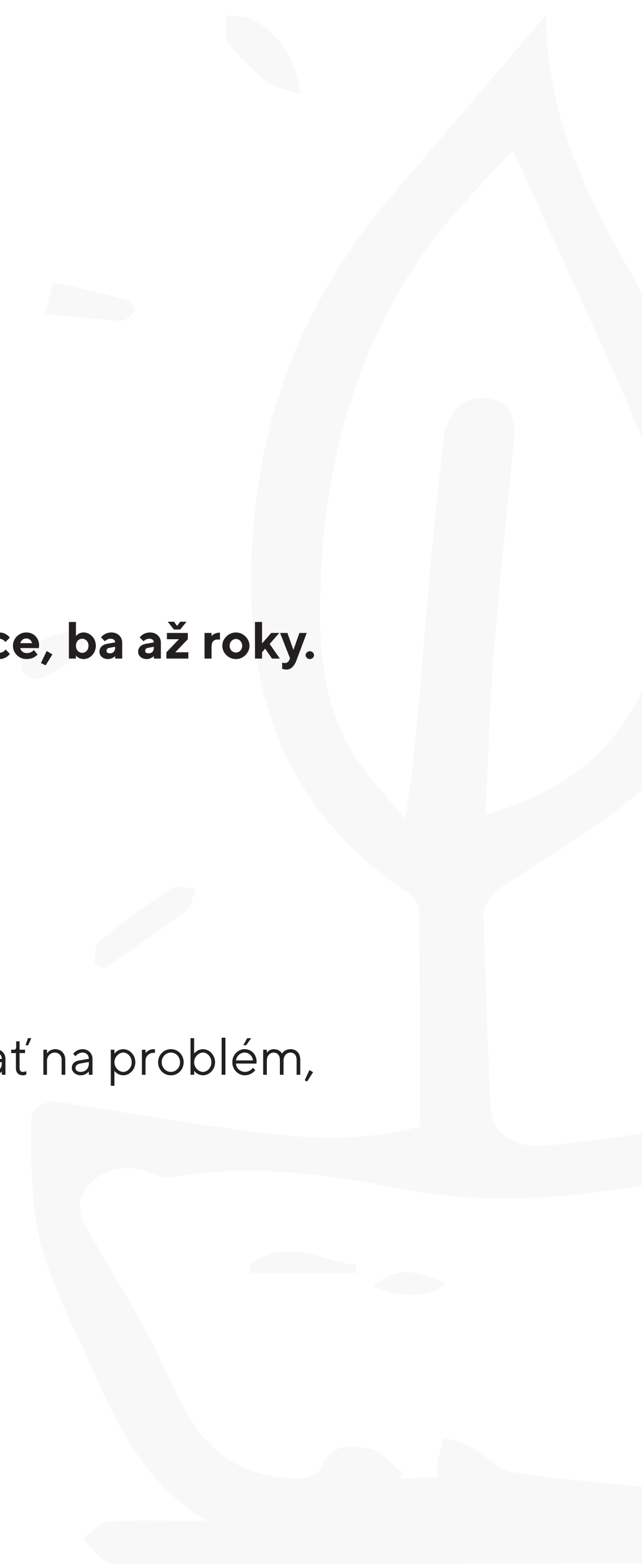


Zosnulým odjakživa zvykneme venovať chvíľu ticha.  
Problém však nastáva, keď sa táto **chvíľa ticha natiahne na dni, týždne, mesiace, ba až roky.**

## 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

Stíšíme to, kde sa vždy veľa narozprávalo - reklamy.





**Plamienok** predstavuje:

**T I C H É R E K L A M Y**



# Explicácia

Najväčší mediálni spenderi na Slovensku sú spoločensky 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?

---

Hoci v nasledujúcich ukážkach pracujeme s už existujúcimi spotmi, v praxi sa dopredu **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 celý spot, stačí nám 1 až 2 kľúčové scény, ktoré nie je počas produkcie problém natočiť.

Napríklad...

## Pôvodný TV SPOT

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



## Náš TV SPOT

Avšak v čase našej kampane ľudia uvidia spot, v ktorom tí istí hrdinovia nič nehovoria.

Naopak, **vidíme, že ich niečo trápi, sú smutné, niečo v sebe dusia. Nič nepripomína atmosféru z pôvodného spotu**

Na záver nepríde packshot VÚB banky, ale náš prekvapivý message.



**Ticho vašu bolesť  
zo straty blízkej osoby neutíši.**

V Centre smútkovej terapie  
sme pripravení vypočuť si vás.



[www.plamienok.sk](http://www.plamienok.sk)

## Pôvodný TV SPOT

V klasickej reklame na Poštovú banku vidíme troch ľudí vo výťahu baviť sa o termínovanom účte.



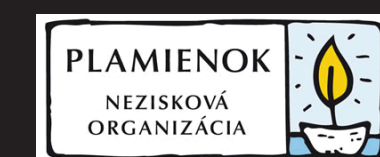
## Náš TV SPOT

Opäť ťaživé ticho a hrdinovia, ktorí sú smutní a nič nehovoria.



**Ticho vašu bolesť  
zo straty blízkej osoby neutíši.**

V Centre smútkovej terapie  
sme pripravení vypočuť si vás.



[www.plamienok.sk](http://www.plamienok.sk)

## Pôvodné online video

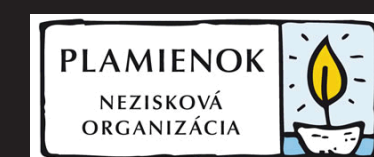


## Naše online video



**Ticho vašu bolesť  
zo straty blízkej osoby neutíši.**

**V Centre smútkovej terapie  
sme pripravení vypočuť si vás.**

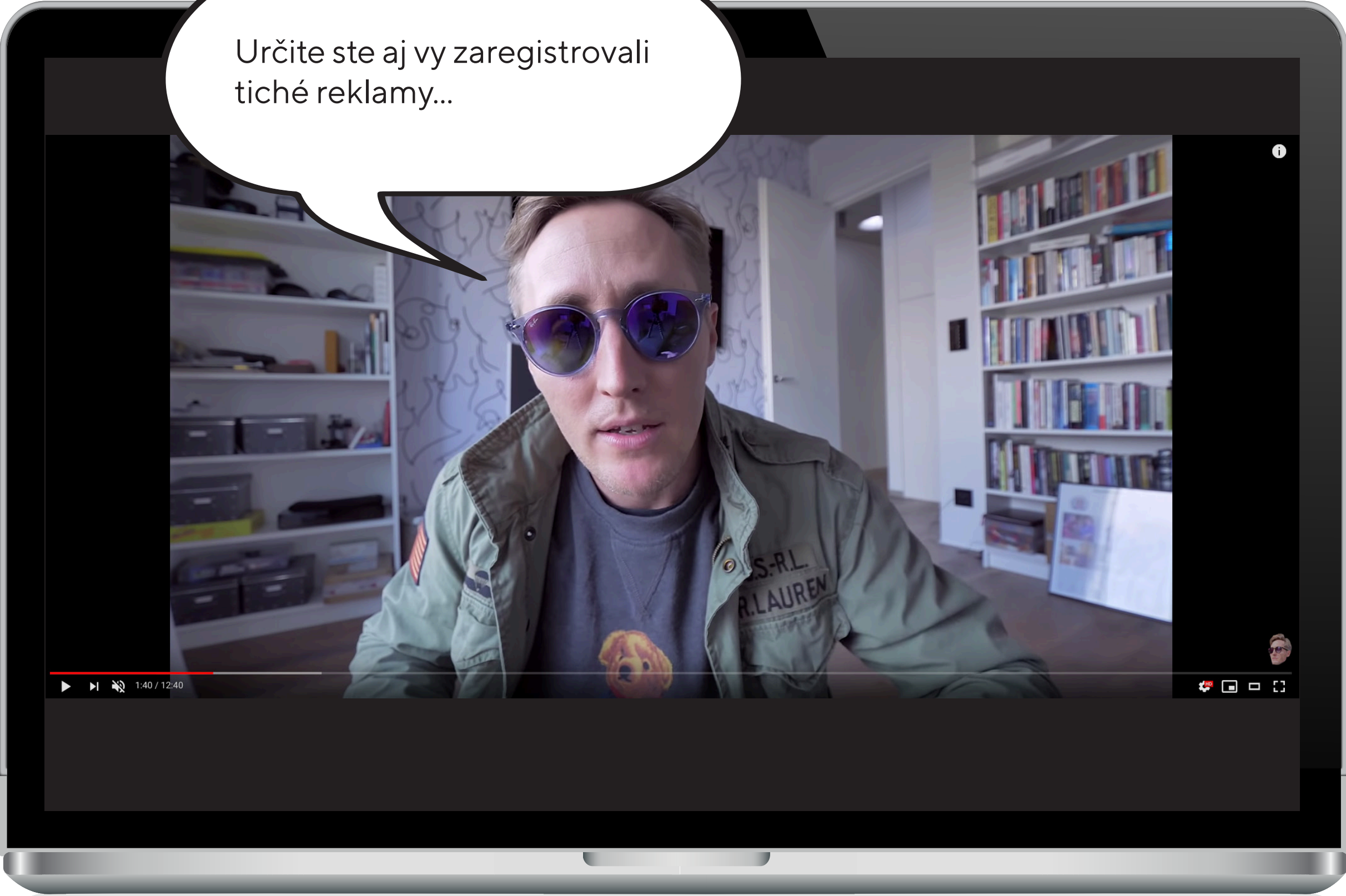


[www.plamienok.sk](http://www.plamienok.sk)

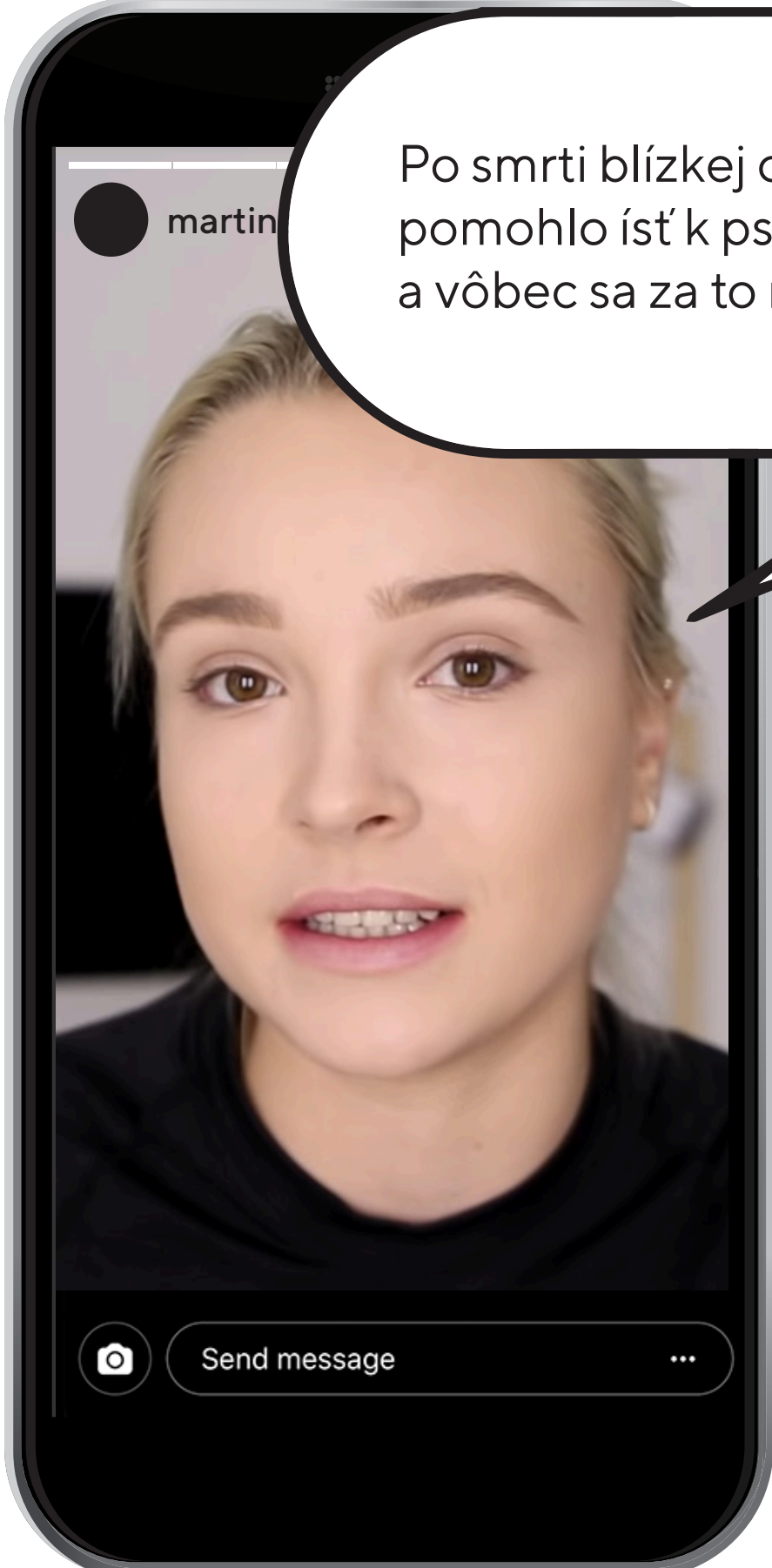


# Influencer Marketing a Native Advertising

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.



Určite ste aj vy zaregistrovali tiché reklamy...



Po smrti blízkej osoby mi veľmi pomohlo ísť k psychológovi a vôbec sa za to nehanbím....



**Raper KALI:**  
Keď mi zomrela mama, potreboval som sa vyzprávať

# Media Channel Mix



TV spoty



Youtube a Facebook (videá a posty na našich a partnerských kanáloch)



Influencer marketing (Instagram, YouTube, Facebook)



Native Advertising (Refresher, Denník N, Pluska)



Remarketing (Bumper Ads, GDN, Google Search)

14.10.



30.11.



Každá kampaňová exekúcia smeruje na stránku [www.plamienok.sk](http://www.plamienok.sk), kde sa záujemca dozvie viac o problematike a má možnosť sa objednať do Centra smútkovej terapie.

