

SUMMARY - V ŽIVOTE ČLOVEKA SÚ VECI, Z KTORÝCH ZAMRAZÍ...

V živote človeka sú situácie, kedy ho doslova zamrazí – keď sa dozvie o smrti známeho, vypočuje si hroznú diagnózu a pod.

Smrť vlastného dieťaťa rodiča absolútne zmrazí. Všetko odrazu stráca zmysel, motivácia a radosť odchádzajú. Emócie sú natoľko silné, že ich sám nevie spracovať.

Preto ustrnie až zamrzne. Prejavuje sa odťažitosťou, chladom a neschopnosťou nadviazať ľudský kontakt. Niektorí ho môžu za to dokonca odsudzovať, no on potrebuje pochopenie.

Ľudské teplo, ktoré emocionálne zamrznutie rozpustí. Práve na to slúži terapia – vrátiť rodiča z ľadu späť k životu.

Kampaň je primárne zameraná na širokú cieľovú skupinu (all 30+) na zvýšenie povedomia o neziskovej organizácii Plamienok a smútkovej terapii.

Je členená na tri fázy. V prvej uskutočníme sociálny experiment priamo v meste, kde by aj okoloidúci boli vyzvaní na objatie, a teda rozmrznutie zamrznutých ľudí – symbol tých, ktorí prišli o svoje dieťa. Len objatie nestačí, potrebný je odborník.

V druhej fáze kreatívnym remarketingom cieľime na užívateľov, ktorí vďaka opakovanému vzhliadnutiu videa “rozmrzajú” ľudí. Video by malo vysoko virálny potenciál, a zároveň by slúžilo ako skutočný zážitok prepojenia kampane s realitou.

Kampaň je v tejto fáze sprevádzaná aj outdoorovou reklamou priamo v meste a taktiež searchom a ďalšími online formátmi.

Tretia fáza by mala netradičnejší charakter. Na tento účel sme vybrali aktuálny televízny fenomén - seriál Oteckovia, ktorý je vysoko sledovaný našou cieľovou skupinou. Príbehy svojich obľúbených hrdinov s nimi neustále prežívajú. Špeciálne upravený diel, v ktorom jednému z hlavných protagonistov zomiera dieťa a on sa snaží z tragédie spamätať a pomoc nachádza u terapeuta, sa objaví na sťahovacích portáloch a Youtube ešte pred oficiálnou premiérou v TV. O úniku by okamžite informovali aj médiá.

Touto channel stratégiou dosiahneme stanovené KPIs, ktorými sú najmä zvýšenie awarenessu a návštevnosť podstránky o smútkovej terapii.