

**YOUNG
LIONS MEDIA**

ZADANIE: SMÚTKOVÁ TERAPIA

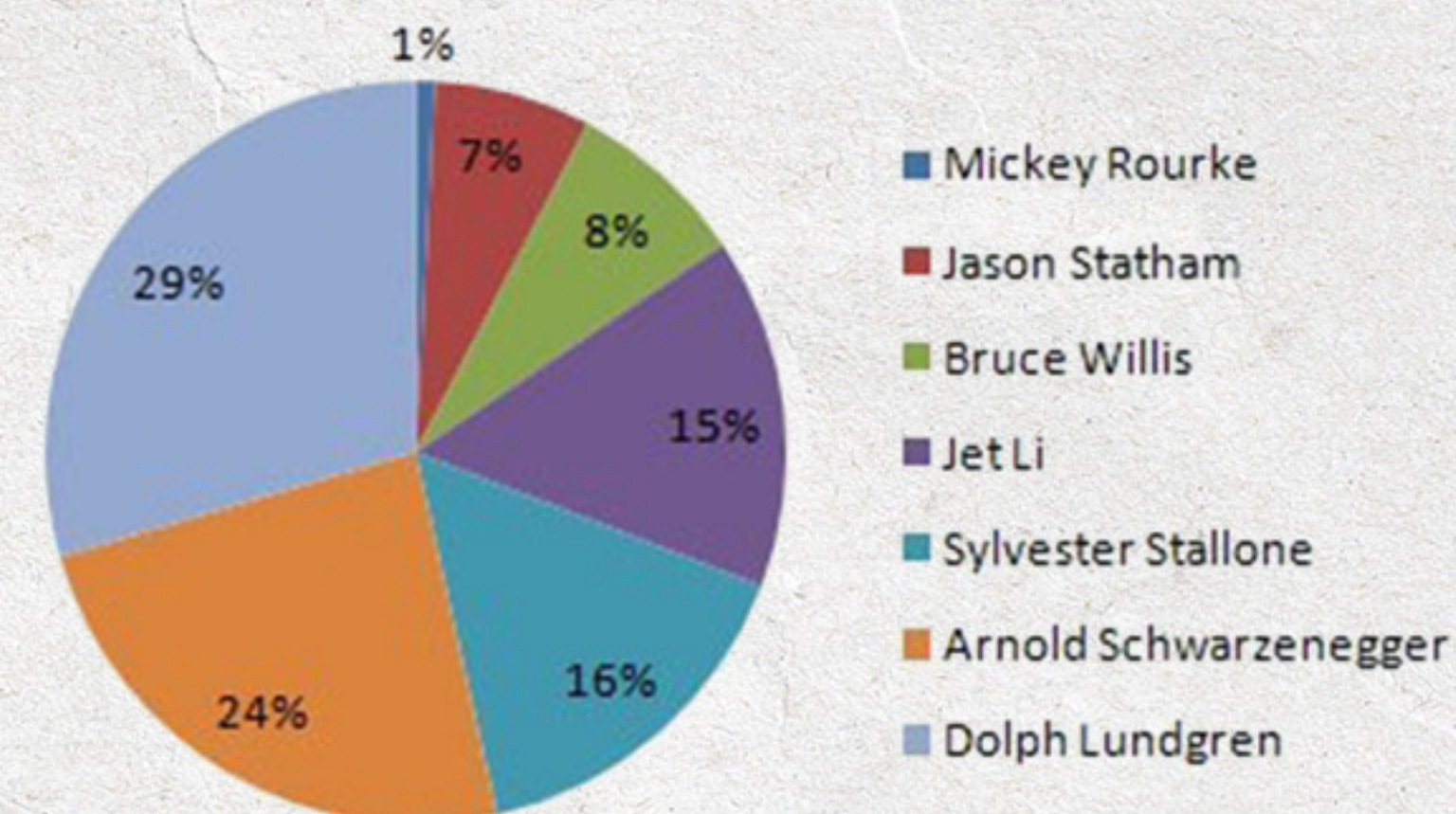
PLAMIENOK
NEZISKOVÁ
ORGANIZÁCIA



Prológ

V "rodinnom" akčnom filme **Expendables** umrie v prestrelkách **vyše 2 000 ľudí**, pričom hlavná postava Dolph Lundgren zabije až 632 protivníkov.

Expendables kills %

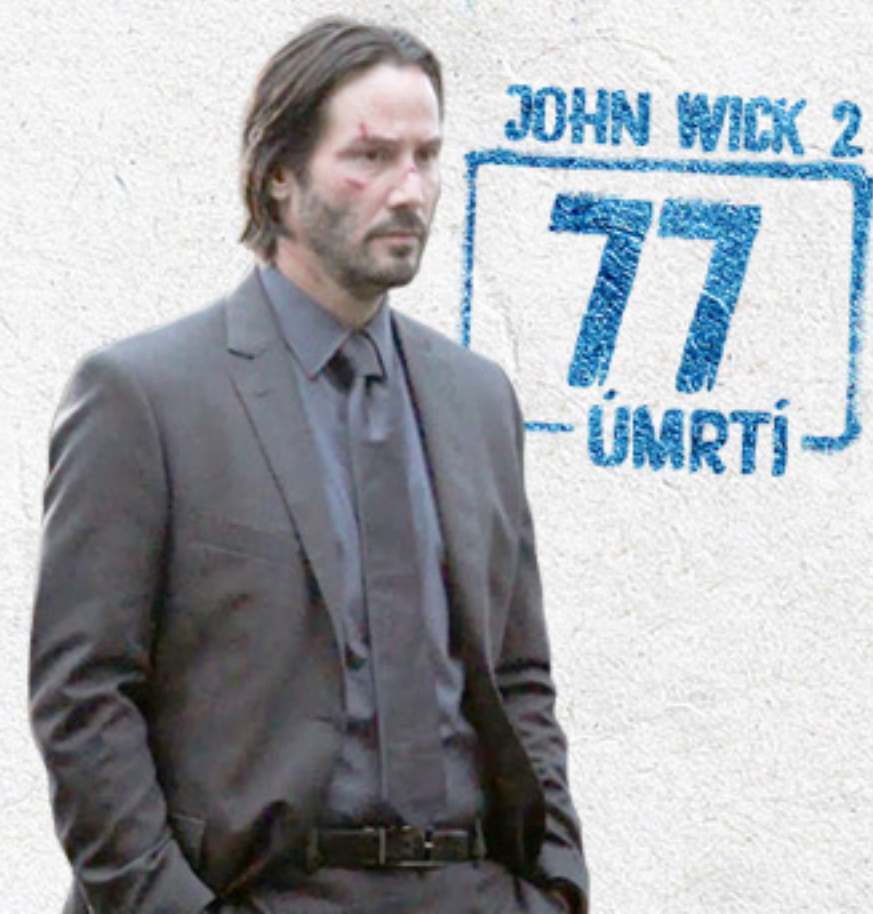


Insight

Smrť človeka je pre filmových scenáristov atraktívna téma. Nájdeme ju nielen v akčných trhákoch, ale aj v animákoch ako Shrek, v drámach ako Forest Gump až po romantické filmy ako Titanic. **Dennodenne sme tak vystavení množstvu vyhasnutých životov do takej miery, že nám to príde bežné.**

Naozajstný šok zo smrti zažívame až vtedy, keď prideme o niekoho blízkeho my.

Len málokto sa totiž so stratou blízkej osoby dokáže vyrovnáť sám, bez pomoci silného okolia a skúsených profesionálov.



Idea: Alertising Ads

Pre zvýšenie povedomia o **Centre smútkovej terapie Plamienok** je dôležité poukázať na to, **že smrť nie je "bežná" a "normálna"**, ale naozaj emotívna a ťažká skúsenosť pre každého z nás.

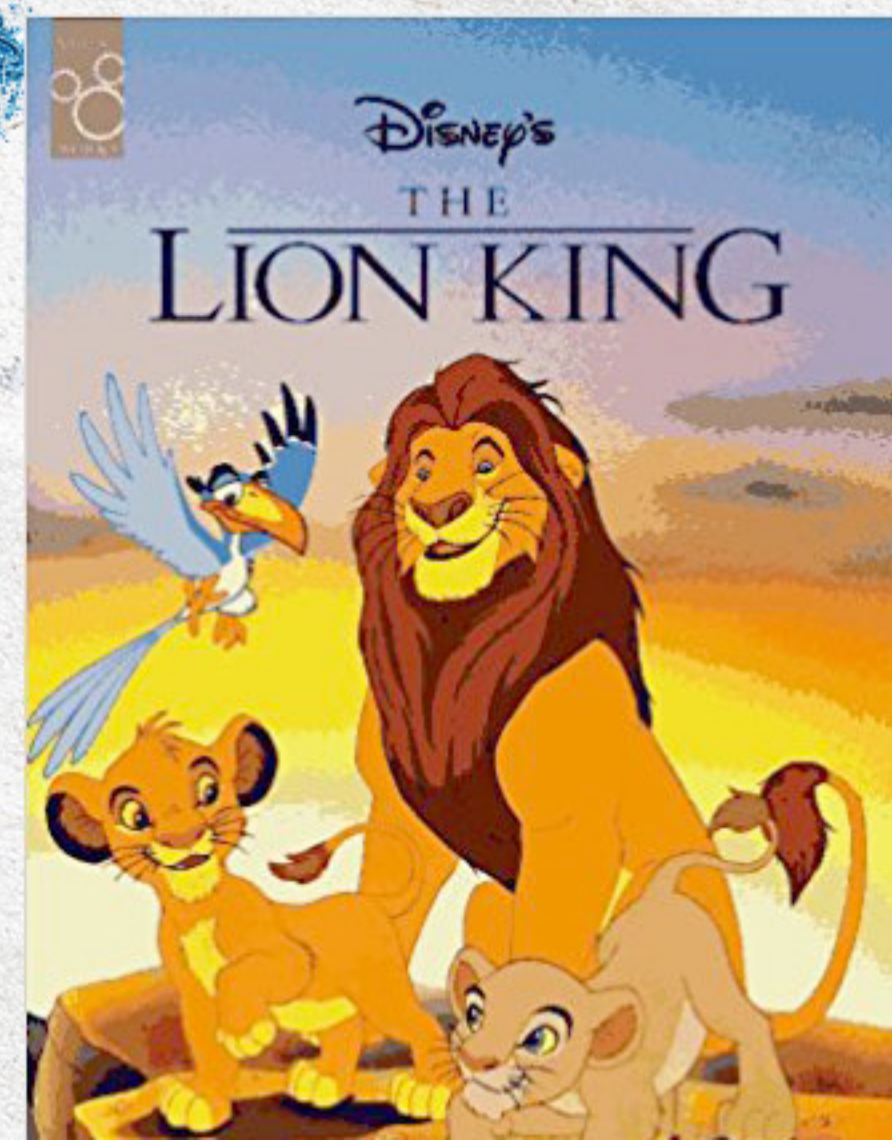
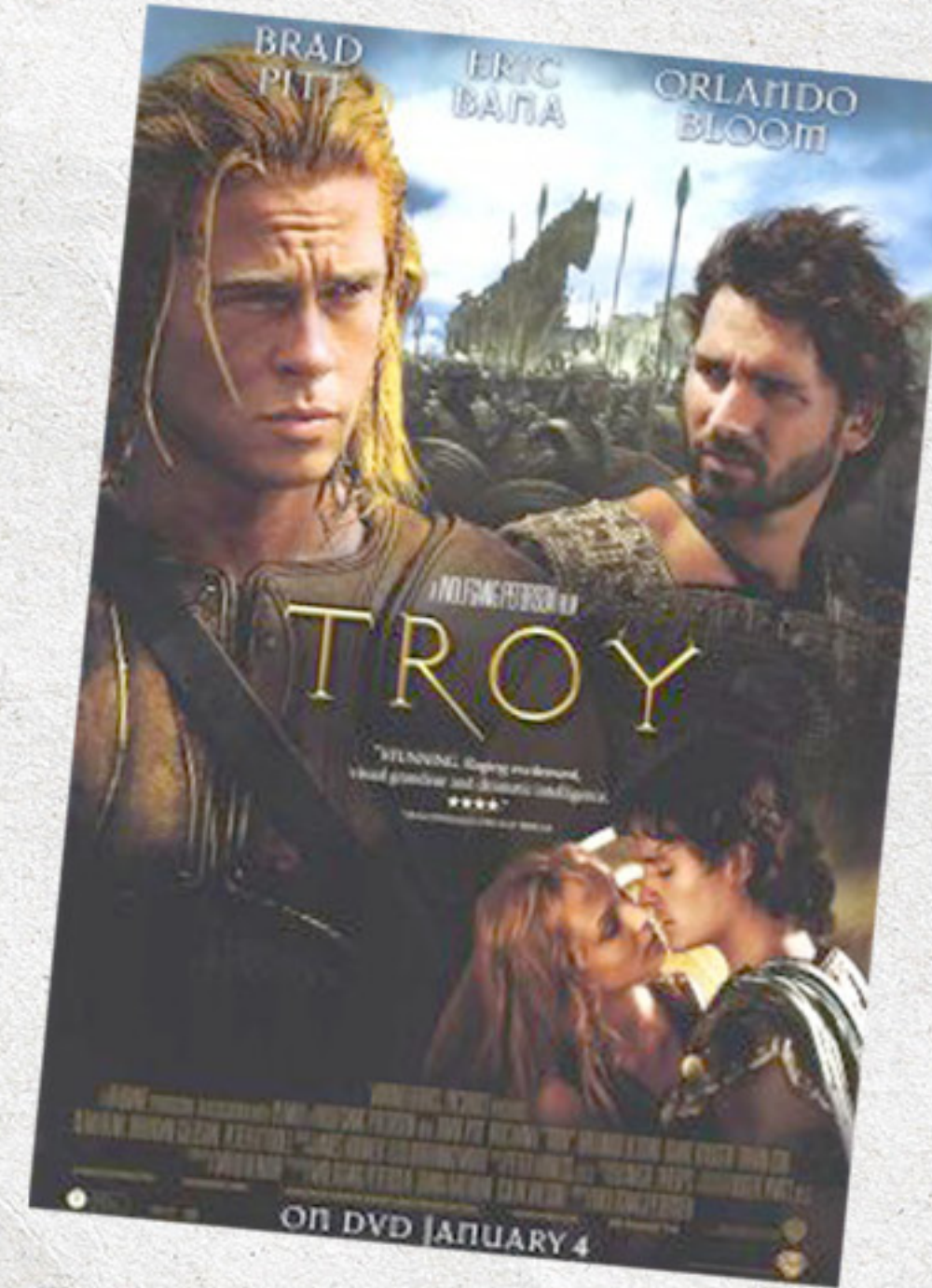
Navrhujeme nadviazať exkluzívnu spoluprácu s TV Markíza, ktorá v kampaňovom období pustí pred akýmkoľvek filmom TV spot, v ktorom sa **Mária Jasenková** prihovorí divákovi a dopredu ich upozorní na počet vyhasnutých životov v danom filme.

Následne nadviažeme na Centrum smútkovej terapie a vyzveme každého, kto sa snaží vysporiadať s ťažkou životnou situáciou, aby zistil viac na webstránke.



TV SPOT 15 SEC

TV spoty budú púšťané vždy pred začiatkom filmu.
Každý spot bude unikátny - personalizovaný na daný film.



Skript

Na obraze vidíme riaditeľku hospicu Plamienok Máriu Jasenkovú. Prihovára sa k divákovi:

VO: Prajem vám príjemný zážitok z nasledujúceho filmu, v ktorom sme narátali až 97 vyhasnutých životov. V realite však stačí len jeden a váš svet sa môže obrátiť naruby.

Prechádzame do packshotovej grafiky, voice pani Jasenkovej pokračuje: **Nepotláčajte v sebe bolesť zo straty blízkeho. Kontaktujte nás na www.plamienok.sk a my vám pomôžeme.**



Rozvíjateľnosť

Tento koncept sa dá rozvíjať aj v rámci TV mediatypu, ale aj v ďalších typoch médií napríklad:

- Rozšíriť TV koncept o **Televízne správy**, na začiatku ktorých by sme naživo priamo zo štúdia informovali **"V dnešných TV Novinách informujeme o XY vyhasnutých životoch."**
- Využiť **YouTube prerolly** s rovnakými na mieru pripravenými videami pred trailerami veľkých blockbuster kinofilmov.
- V rámci printov môžeme inzerovať v **TV programoch**, ktoré sú obľúbené najmä vo veľkých rodinách a u staršej generácie.
- V online prostredí odkomunikujeme tému cez PR a native advertising pomocou článkov typu **"Filmy s najväčším počtom smrtí"**, **"TOP10 filmových postáv, ktoré zabíjajú najviac ľudí"** a podobne.

Media mix

Distribúcia medií / media channel mix -
ako vytvoríte efektívny zásah na vaše cieľové publikum,
kde a ako bude vaša idea komunikovaná nielen v rámci platených
médií ale aj vlastnených a zdieľaných médií zadávateľa

TV SPOTY

ONLINE:
Native advertising

PRINT:
TV Program

TV SPOTY:
Televízne noviny

ONLINE:
Youtube Preroll

PRINT:
Public relations

+ SOCIAL MEDIA PLAMIENOK

**TV a PR zvyšujú awareness o danej téme, pričom online
a social media smerujú ľudí na webstránku Plamienok
do sekcie Centra smútkovej terapie.**

	Budget	Jednotka	Počet	Ciel'
TV Markíza	€8000	TV spot	45x	awareness
Eurotelevízia	€600	1/8 na výšku	6x	awareness
YouTube preroll	€500	views	96000	awareness
		clicks	520	webclick
Native advertising	€650	2x online článok		webclick
Google Search	€250	Search		webclick

- Po konzultácii s TV Markíza dokážeme za 8 000€ pri zľave 90% odvysielat' spolu 45 spotov, ktoré rozdelíme: 15x TV Markíza, 15x Dajto, 15x Doma.
- Počas šiestich kampaňových týždňov uverjeníme v týždenníku Eurotelevízia kontextové reklamy v rámci TV programu na 1/8 strany, kde rovnako upozorníme na to, koľko smrti je v daných filmoch a že smrť nie je nikdy bežná.
- Keďže naša téma nie je vhodná na online platenú reklamu, bannery a sponzrované social media príspevky, v online priestore využijeme len YouTube preroll pred filmami rovnako ako v TV a rozšírime to o native advertising a digitálne PR.
- Dôležitou súčasťou je Google search, ktorý je druhým krokom awarenesových mediatypov a zbiera na stránku návštevnosť všetkých ľudí, ktorí hľadajú Centrum.

DÍKY
ZA POZORNOST

PLAMIENOK
NEZISKOVÁ
ORGANIZÁCIA

