**Klient**: Kontentino

**Názov projektu**: Recykluj evergreeny s Kontentinom

**Zámer**: Navrhnúť komunikačný koncept pre novú analyticko-plánovaciu funkciu v Kontentine, ktorá umožňuje recyklovať kontent.

**Kontaktná osoba**: Martina Balážová

1. **Niečo o značke Kontentino**

Kontentino je social media nástroj, ktorý umožňuje marketerom plánovať príspevky na sociálne siete, uľahčiť spoluprácu a schvaľovanie v rámci tímu, ako aj medzi agentúrou a klientom. Týmto spôsobom umožňuje agentúram ušetriť až 30% času, ktorý bežne strávia vykonávaním operatívnych úloh a môžu sa sústrediť na kreatívnu časť ich práce.

Základné hodnoty: *zlepšenie spolupráce, šetrenie času, zvýšenie efektivity, transparentnosť.*

1. **Recykluj evergreeny s Kontentinom**

* Cirkulárna ekonomika predstavuje spôsob, akým firmy dokážu pristupovať šetrnejšie k využívaniu zdrojov a to sa nemusí vzťahovať len na zdroje hmotné, ale aj na oblasť nápadov, digitálneho obsahu a sociálnych sietí.
* Vymýšľanie nového obsahu je zdĺhavé, drahé a často zbytočné.
* Nová funkcia v Kontentine odbremení celý tím, ktorý sa na tvorbe obsahu podieľa. Identifikuje evergreen kontent a umožní automatizáciu opätovného zdieľania evergreen postov, ktoré dosiahli dobré výsledky. Tímy sa môžu venovať ďalším úlohám a využívať svoju energiu a potenciál efektívnejšie.
* Tone of voice: entuziastický, jemne hravý, podporí ľudí spraviť niečo, čo ešte nerobili.

1. **Zadanie pre agentúru**

Názov pre novú analytickú funkciu.

Kampaň, kde upozorníme na túto analytickú funkciu, ktorá sama vyhodnotí najlepší kontent na recykláciu. Jej súčasťou bude challenge na sociálnych sieťach, kde Kontentino vyzve agentúry, aby začali aspoň s jednou aktivitou, ktorá podporí cirkulárnu ekonomiku a výsledok zdieľali so svojím publikom na sociálnych sieťach. Agentúry následne vyzvú ich publikum, aby zmenou aspoň jedného návyku/činnosti šírili myšlienku udržateľnosti a cirkulárnej ekonomiky ďalej, a podelili sa o ňu na sociálnych sieťach.

Jednotný hashtag pre celú kampaň.

1. **Cieľová skupina**

Primárna cieľová skupina - agentúry - social media manažéri z agentúr často spadajú pod generáciu Y a keďže sami sú jej súčasťou, veľmi dobre rozumejú jej správaniu a mysleniu, vedia túto cieľovú skupinu osloviť vyjadrovaním jej vlastným. Snažia sa o ekologickejší svet. Zaoberajú sa tým doma a vďaka Kontentinu sa tomu budú môcť venovať aj v práci.

Sekundárna cieľová skupina - široká verejnosť - generácia Y, recipienti obsahu tvoreného agentúrami, ľudia od 18 do 34 rokov, veľmi aktívni na sociálnych sieťach. Tímoví hráči, ktorí sa zaujímajú o svet okolo seba, život v komunite a aktívne sa doňho zapájajú. Na sociálnych sieťach sú fanúšikmi reklamných agentúr. Zapájajú sa do challengov. Cirkulárna ekonomika je niečo, čo ich zaujíma.

1. **Ciele a spôsob ich merania**

Primárny cieľ: Najmenej 30% zo slovenských klientov (24 agentúr si aktivuje novú analytickú funkciu).

Sekundárny cieľ: Noví klienti. Aspoň 20% medzikvartálny nárast platiacich zákazníkov.

Terciárny cieľ: Zásah širokej verejnosti. Najmenej 750 hashtagov použitých.

1. **Media KPIs: Merateľné výsledky v médiách**

Dosah na sociálnych sieťach: minimálne 30.000 ľudí so záujmami o social media (záujmy: Social Media Today, HubSpot, Jon Loomer Digital, Social Media Examiner), čo predstavuje 25% z celkovej cieľovej skupiny na FB (približne 120.000 užívateľov).

1. **Čo chceme povedať**

Zodpovedne sa môžeme správať vo všetkých oblastiach života, aj v práci. Princípy cirkulárnej ekonomiky fungujú všade, nielen v módnom dizajne, ekológii, ale aj v marketingu a social media. Kontentino vám pomôže zbytočne nevyhadzovať nápady, ktoré fungujú.

1. **Komunikačné kanály, ktoré môžeme využiť**

Landing page, ktorá komunikuje nápad a benefity cirkulárnej ekonomiky, recykláciu social media obsahu a novú funkciu Kontentina

Newsletter pre klientov Kontentina

Facebook kampaň

Instagram kampaň

1. **Rozpočet kampane**

700€ (landing page: cca. 300€, newsletter: cca. 80€, mediálny rozpočet: cca. 300€)

1. **Inšpirácia**

#Trashtag Challenge - výzva na sociálnych sieťach, kde ľudia najprv odfotia neporiadok vo svojom okolí

(ulice, parky), a potom sa odfotia s uprataným miestom. Virálne sa tak začala šíriť iniciatíva, kde ľudia

robia niečo pozitívne pre životné prostredie.

1. **Timing/DDL Projektu**

01/04/2019 Prezentácia prvého návrhu kampane

29/04/2019 Spustenie kampane a novej funkcie v analytike Kontentina

*Trvanie kampane 1 mesiac*

29/05/2019 Koniec kampane

03/06/2019 Vyhodnotenie primárneho cieľa

01/07/2019 Vyhodnotenie sekundárneho cieľa

01/07/2019 Vyhodnotenie terciárneho cieľa