



refresher™

Nebud' EKO

O značke Refresher

Refresher je fresh web pre fresh ľudí, tvorca prémiového digitálneho obsahu, produktov a služieb a **najčítanejší slovenský lifestylový web** medzi mileniálmi.

Refresher je silná značka s presahom na mladých ľudí, ktorá **má ambíciu budovať povedomie o dôležitých témach.**

Key message, insight, cieľ

Fresh človek roku 2019 by nemal pozeráť len na to, ako je oblečený, čo bude jesť a akú hudbu si má vypočuť. Fresh človek roku 2019 sa zaujíma sa aj o dôležité témy, akými sú aj **ekologický prístup, udržateľnosť a cirkulárna ekonomika.**

Mileniáli vnímajú trend udržateľnosti, ale **triedenie odpadu dnes už nestačí.** Sú to práve oni, kto bude v blízkej budúcnosti **rozhodovať o smerovaní našej krajiny.**

Cieľom kampane je **edukovať mladých ľudí v oblasti princípov cirkulárnej ekonomiky a vybudovať povedomie** o danej téme v prostredí tejto cieľovej skupiny.

Cieľová skupina, správanie

Cieľová skupina projektu sú predstavitelia generácie Y známej ako ako **“mileniáli”** vo veku 18-34 rokov. Mileniáli tvoria tvoria na Slovensku až 24% celkovej populácie, 83% zastúpenie čitateľov webu refresher.sk a 78% sledovateľov Refresher kanálu na YouTube.

Správanie

- mileniáli sú otvorení voči svetu a novým pohľadom
- zaujímajú sa o spoločnosť, komunitu a verejný život
- preferujú zdravý životný štýl, udržateľnosť, ekologické riešenia

Produkt/idea, stratégia

Produktom tejto aktivity sa rozumie **podstránka webu refresher.sk**, ktorá bude fungovať ako priestor zoskupujúci vypublikovaný obsah na tému udržateľnosti a ekológie.

Na túto landing page (LP) bude smerovať doména s **provokatívnym názvom**, ktorý má za úlohu pritiahnúť eko/zero-waste friendly mileniálov, ako aj hejterov.

Návštevníkovi LP sa automaticky spustí **video zábavno-edukatívneho charakteru**, ktoré im v krátkosti vysvetlí, prečo je záujem o tému cirkulárnej ekonomiky taký dôležitý.

Video bude **kontroverzné**, v úvode bude mladých viesť k tomu, aby sa na celú ekológiu vykašľali, následne bude priznaná farba a poinformuje o faktoch, ktoré dovedú našu planétu jednoduchými krokmi k lepším zajtrajškom.

Produkt/idea, stratégia

Úryvok z tohto videa bude nasadený aj ako **YouTube reklama**, prostredníctvom ktorej očakávame preklik na LP. Výsledkom má byť **virálne video**, ktoré ľudia budú chcieť šíriť.

Refresher zastreší **tvorbu obsahovej stratégie**, ako aj **produkcii** unikátneho textového a vizuálneho **obsahu**, ktorý bude vypublikovaný na pripravenej LP.

Príklady tém, na ktoré redaktori Refresheru pripravia články:

- Ako a kde končí odpad, XY jednoduchých krokov k udržateľnosti
- **Sociálny experiment “Refresher sa stáva zelenou firmou”** - zavádza zero-waste/eko prístup, zamestnanci pracujú 3 dni z týždňa na home office, mapujeme výsledky a ušetrené zdroje, tie finančné venujeme na dobrú vec

Produkt/idea, stratégia

Refresher nedávno prešiel na systém predplatného, ktoré čitateľa stojí len pár eur mesačne a po jeho zakúpení má prístup k prémiovému obsahu. Po zakúpení získava čitateľ viaceré výhody, medzi ktorými je aj **balíček**

Benefitov, ktorý obsahuje zľavy do vybraných reštaurácií, či na oblečenie.

Na podporu aktivity a aby sme vedeli zasah/úspešnosť výberu jednotlivých tém odmerať, ponúkneme k zakúpeniu predplatného prostredníctvom ekologických článkov **balíček Benefitov na mieru zero-waste**

mileniála 2019.

V spolupráci s firmami ako Frusack, Equa, a pod. vznikne tak jedinečný starter-pack pre každého nového milovníka cirkulárnej ekonomiky, udržateľnosti a ekologickejšieho životného štýlu.

Zadanie pre agentúru

Úlohou kreatívnej agentúry je na základe navrhovaných ideí a vytvoriť kreatívny koncept, podľa ktorého bude zrealizovaná kampaň, ktorej cieľom je budovať povedomie o tom, že Refresheru nie je cudzia ekológia, práve naopak.

Výstupy projektu, ktoré zastreší agentúra:

- **branding/identita projektu**
- **názov webu**
- **dizajn webu**
- **logo**
- **virálne video** (produkcia, animácia, strih, zvuk) - v kooperácii s Refresherom, ktorý rád poskytne moderátorov/voiceover herca

KPIs, timing, budgete

- Zásah 250 000+ unikátnych používateľov v rámci hlavnej cieľovej skupiny (návštevnosť stránky podľa GA)
- 1000+ nových registrovaných používateľov (v rámci ročného predplatného Refresher+)
- Prvý nástrel hotového konceptu **10.03**
- Začiatok kampane: **01.04.**, Vyvrcholenie kampane: **22.04.** (Deň Zeme)
- Vyhodnotenie kampane: **01.05.**
- Budget na kampaň: **30 000€**
- Mediálny budget: **1 000€**

**TEŠÍME SA NA
SPOLUPRÁČCU!**



refresher™