



2020 MARKETING STRATEGY

EMMA IDE EKO



PROBLÉM A NAŠE RIEŠENIE

P

Ekologická situácia je alarmujúca, každý subjekt sa musí začať správať spoločensky zodpovedne a spotrebná ekonomika sa potrebuje preorientovať na cirkulárnu.

R

Začíname od seba - časopis EMMA odteraz vychádza na recyklovanom papieri a upravuje svoj obsah v súlade s princípmi ekológie a cirkulárnej ekonomiky.



CIEĽOVÁ SKUPINA A PRODUKT

CS

- generácia Y, "digitálna generácia"
- 24% populácie - budúcnosť krajiny
- zaujíma ich okolie, veľmi dbajú na svoj dopad na svet

EMMA

- pre ženy vo veku 14-24 rokov
- lifestyleový magazín pre mladé, ambiciózne, sebavedomé dievčatá, ktoré žijú online a zaujímajú sa o módu, kozmetiku, trendy, cestovanie, kultúru
- HAPPY + FRESH + TRENDY+EKO

IDEA KAMPANE

EMMA ide EKO, sleduj AKO

Zmena "obalu" - časopis začína vychádzať na recyklovanom papieri

Zmena obsahu - rubriky odteraz kladú dôraz na slow fashion, bio kozmetiku, bezobalové obchody, ekologické varenie, nové technológie a vynálezy v oblasti udržateľnosti

Časopis končí s pribalenými darčekom - vďaka tomu nebude balený v plaste a ušetrí sa náklady



IDEA KAMPANE

EMMA ide EKO, sleduj AKO

EMMA stále ostáva lifestylovým časopisom pre mladé ženy, ale uvedomuje si svoj vplyv na ne, a preto ho chce využiť na usmernenie nastupujúcej generácie k správnym hodnotám.

Vznikne nová pravidelná príloha na rube časopisu, ktorá prevedie čitateľov krok po kroku zmenou životného štýlu k udržateľnosti.

Názov a claim:

EKO AKO

Zodpovedne štýlová, štýlovo zodpovedná



KREATÍVA KAMPANE

EMMA ide EKO, sleduj AKO

Požiadavkou na agentúru je vytvoriť kreatívnu kampaň, ktorou upozorníme na zmenu zamerania časopisu.

Vítame aj upozornenie na novú prílohu EKO AKO, kde okrem návodov ako žiť EKO bude aj inzertný priestor pre spoločnosti, ktoré sa venujú recirkulačnej ekonomii. Priestor im bude ponúknutý za zvýhodnené ceny.

Zároveň chceme prilákať nových čitateľov.

Stanovené slogany sú ilustračné, oceníme nápad agentúry.

Agentúre nechávame voľné ruky vo výbere komunikačných kanálov, pričom upororňujeme, že EMMU čítajú mladé ženy vo veku 14 - 24 rokov, ktoré komunikujú hlavne cez mobil na sociálnych sieťach.



CIEĽ KAMPANE

EMMA ide EKO, sleduj AKO

Upozornenie na zmenu zamerania časopisu EMMA.

Prilákanie nových čitateľov, ktorí sa zaujímajú o ekologický životný štýl, cirkulárnu ekonomiku a zero waste.

Vytvorenie imidžu vydavateľstva ako prvého mediálneho domu na Slovensku, ktorý dáva dôraz na cirkulárnu ekonomiku, hlavne na vlastnom príklade a podporuje drobných podnikateľov, ktorí sa zameriavajú na cirkulárnu ekonomiku.

Zvýšenie záujmu čitateľov a širšej verejnosti o cirkulárnu ekonomiku.



ĎAKUJEME ZA POZORNOSŤ

Martina Bagarová
Junior Brand Manager
News and Media Holding

Soňa Výhonská
Marketing specialist
TULIP Solutions s.r.o.

