

## Poslanie v kočke

### Zadanie:

Rozšíriť povedomie o organizácii Helpi, ktorá sa venuje sharingovým centrom, cez ktoré ľudia darujú oblečenie, knihy, hračky a aktivizovať cieľovú skupinu.

### Situácia:

Pri tvorbe stratégie, sme najskôr potrebovali pochopiť hlavnú bariéru, ktorá ľudí od darovania svojich vecí oddeľuje.

Každý z nás má doma odložených plno zachovaných vecí, ktoré už nepoužíva. Vieme, že by mohli pomôcť niekomu v horšej životnej situácii, ale aj tak s tým nič nerobíme a veci sa ďalej povalujú doma.

### Insight:

Prečo je to tak? Nechce sa nám to riešiť. Hladať organizácie vhodné pre konkrétne predmety, triediť, baliť, nosiť na správnu adresu,...

### Stratégia:

Naša komunikácia sa preto zameria na zjednodušenie procesu, ktorý musí darca pri darovaní absolvovať. Proces darovania nám uľahčí samotné komunikačné médium - **krabica**. A to priamo v momente, kedy by sa nám prázdny priestor v byte zišiel najviac - pri kúpe nových vecí.

### Mechanika:

1. Spojíme sa s firmami, ktoré svoje produkty dlhodobo rozposielajú svojím zákazníkom po celom Slovensku (napríklad Ikea, Alza, Herueka, Nay,...).
2. Krabice našich spolupracujúcich firiem opečiatkujeme našim brandom a mechanikou Dobrých skriniek. Prijemateľa vyzveme k spätnému naplneniu krabice a k darovaniu nepoužívaných vecí.
3. Po načítaní QR kódu z krabice, sa darujúcemu zobrazia najbližšie Dobré skrinky v jeho lokalite. Ak žiadne skrinky v blízkosti nemá, navedieme ho na jednoduchý postup k vytvoreniu novej Dobrej skrinky.

### Výsledok:

Využitie krabíc komerčných výrobcov má niekoľko výhod:

- Využívame médium, ktoré už bolo vyrobené - šetríme prírodu, aj náš budget. "Recyklovaná" krabica je udržateľné médium, ktoré podporuje udržateľné aktivity organizácie.
- Spolupracujúce firmy sa samé rozposlaním svojich produktov postarajú aj o rozposielanie nášho mesidžu.
- Firmy nám otvoria dvere k novému publiku - k svojim zákazníkom.
- Pre komerčné firmy je naša spolupráca taktiež výhodná - pridáva na udržateľnosti ich biznisu, čo môže znamenať oslovenie nových zákazníkov. Pre značky predstavuje naša spolupráca komunikačnú príležitosť, čo znamená ďalšiu medializáciu Dobrých skriniek.