
CHÝBA TI
(TU) NIEČO?



Časový rámec a ciele kampane



Teasing

Chýba ti (tu) *niečo*?

Cieľová skupina:

- All 25-45
- *Bývajúci vo veľkých mestách*

Tone of Voice:

- *Priateľský, vzbudzujúci zvedavosť*

Idea

Umiestnenie **šípok/stôp a 50 vyznačených bodov [X]** na zemi na vysoko frekventovaných miestach v 11 najväčších mestách po Slovensku v ľuďoch vyvolať zvedavosť, o čo sa tu jedná.

Message

V rámci značiek na zemi umiestnime **logo Helpi** a výzvu „Zisti viac na helpi.org“ a motivujeme ľudí, aby navštívili web a zistili viac o iniciatíve a aktivitách organizácie.

Claim

Chýba ti (tu) *niečo*?

Chýba ti (tu) *kniha*? – v parku

Chýba ti (tu) *múka*? – MHD zástavka

Chýba ti (tu) *hračka*? – pri škôlke/škole



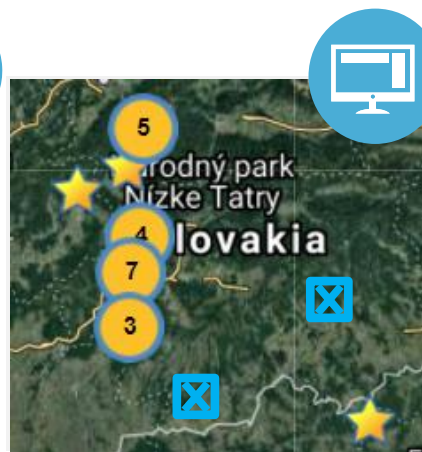


Teasing – Nástroje komunikácie



Stopy na chodníku + vyznačené [X] body, v rámci ktorých bude uvedené:

- Logo Helpi
- Web helpi.org
- Príslušný claim



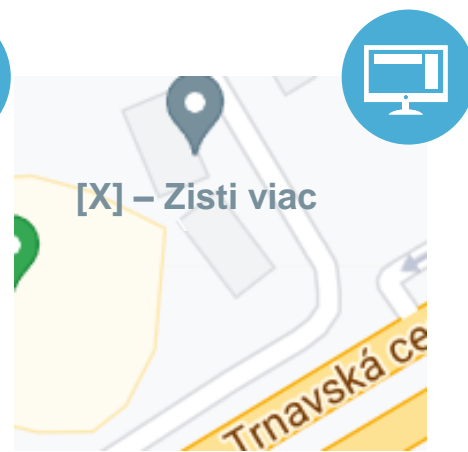
Web helpi.org – do mapy doplníme [X] body, ktoré budú charakterizovať potenciálne miesta na umiestnenie nových búdok / chladničiek



Natívne články „Kam vedú záhadné stopy, ktoré sa objavili v mestách po Slovensku?“

Social posts na profiloch médií

- Startitup.sk
- Topky.sk



Google Maps – vyznačenie [X] bodov na mape bez bližšej špecifikácie v názve + preklik na web helpi.org

Hlavná časť – Partneri / Doneri

Naplň vyznačené [X] body
búdkami

Cieľová skupina:

- *All 25-45*
- *Bývajúci vo veľkých mestách*

Tone of Voice:

- *Priateľský, motivačný,
povzbudenie k pomoci
druhým*

Idea

Motivovať ľudí, aby **vytvorili búdky** a stali sa tak **partnerom / donorom** alebo minimálne **dobrovoľníkom** Helpi.

Message

Vytvor schránku, pomôž ľuďom v núdzi a získaj Helpi benefity (príspevok, podpora zvýšenia povedomia o tvojej schránke cez Helpi sieť a sociálne médiá, spojenie/kontakt s ostatnými partnermi).

Merateľnosť výsledkov

Pri registrácii Helpi búdky / chladničky na webe povinné pole „Odkiaľ som sa dozvedel o Helpi“.

Pri registrácii ako dobrovoľníka na webe povinné pole „Odkiaľ som sa dozvedel o Helpi“.

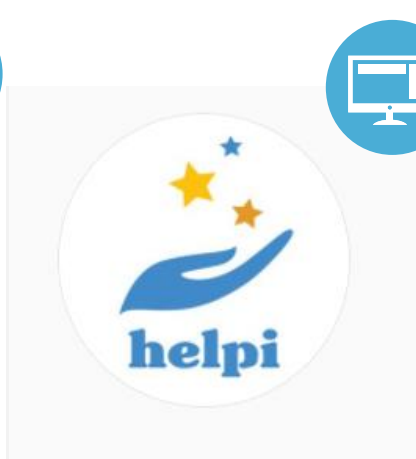


Hlavná časť (Partneri / Doneri) – Nástroje komunikácie



Sociálne profily Helpi (Facebook, Instagram) – organické posty

Uverejňovanie bodov [X] s presnými súradnicami, kde sa dajú búdky umiestniť („Aj tu môže byť tvoj Helpi box / chladnička.“)



Sociálne profily Helpi – promované posty

Výzva na vytvorenie búdok a statie sa partnerom / donorom Helpi alebo min. dobrovoľníkom. Cielenie demo, geo, retargeting návštevníkov webu (z Teasing fázy).



Partnerstvo podcastu „Sabo Sebou“ s greenfluencerom Mišom Sabom v epizóde venujúcej sa food waste-u/ skládkam vyhodeneho oblečenia.



Rozhovor so zakladateľom Helpi vo vybranom online médiu.

Hlavná časť – Darcovia

Naplň existujúce búdky
(ne)potrebnými vecami

Cieľová skupina:

- *All 20-60*
- *Bývajúci vo veľkých mestách*

Tone of Voice:

- *Priateľský, motivačný, povzbudenie k pomoci druhým*

Idea

Motivovať ľudí k darovaniu vecí.

Message

Daruj užitočné a nepotrebné veci do vytvorených búdok umiestnených v tvojom okolí a pomôž ľuďom v núdzi.



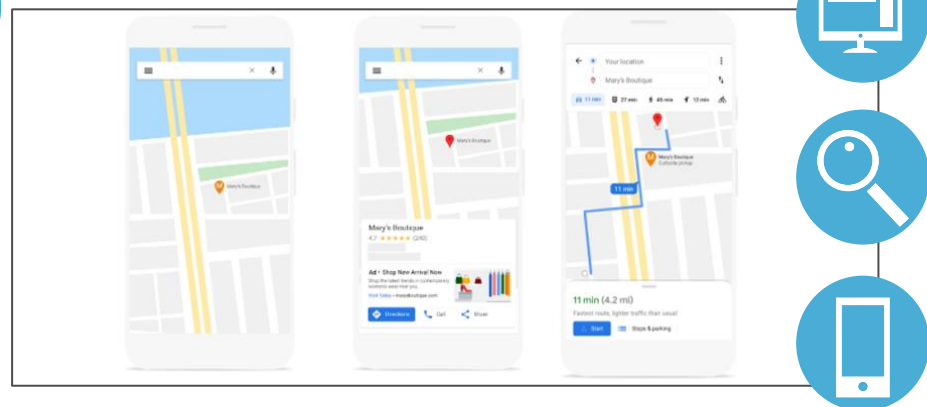
Hlavná časť (Darcovia) – Nástroje komunikácie



Sociálny profil Helpi (Facebook) – Facebook event „Týždeň naplnenia búdok“

Trvanie posledný týždeň kampane.

Zapromovanie s menším budgetom na danú CS.



Google Maps

1. Doplnenie existujúcich búdok.
2. Spustenie ich promovania cez Local Campaigns s cieľom vytvorenia lokálneho povedomia o búdkach a zvýšenia návštev búdok (Google Maps, Search, YouTube – Trueview, Google Display).

ĎAKUJEME.

