

Chýba ti (tu) niečo?

Kampaň bude rozdelená do 3 častí. Cieľová skupina kampane budú mladí ľudia vo veku 25-45 rokov žijúci vo veľkých mestách na Slovensku. V prvej časti sa zameriame na teasing, ktorý má za cieľ vybudovať awareness pre Helpi a zoznámiť verejnosť s jej aktivitami. Idea teasingu je umiestnenie šípok/stôp a 50-tich vyznačených bodov [X] na zemi na vysoko frekventovaných miestach (parky, MHD zástavky, školy/škôlky) v 11 najväčších mestách po Slovensku (počtom obyvateľov), a tak v ľuďoch vyvolať zvedavosť, o čo sa tu jedná.

Teasingová komunikácia bude tiež prebiehať v natívnej forme (natívne články + social výstupy na profiloch médií + označenie bodov [X] v rámci Google maps) + predpokladáme aj podporu virálneho šírenia medzi ľuďmi.

V druhej, hlavnej časti, zameranej na získavanie partnerov / donerov a vytvorenie čo najväčšieho počtu zberných búdok / chladničiek budeme komunikovať cez sociálne profily Helpi, jednak organickými aj promovnými príspevkami. Doplníme to o partnerstvo podcastu venujúceho sa sociálnym témam a rozhovor so zakladateľom Helpi (PR).

V tretej časti sa zameriame na darcov, pričom cieľovú skupinu rozšírime aj o mierne mladších aj starších ľudí. Cieľom je, aby sme existujúce a novo pribudnuté búdky naplnili. Ľudia sa o tejto činnosti dozvedia vďaka Facebook udalosti. Vytvorenie lokálneho povedomia o búdkach a zvýšenie návštev búdok tiež zabezpečíme vďaka Google Local campaigns (Google Maps, Search, YouTube – Trueview, Google Display).