

Aj v súčasnej dobe, kedy sa môže zdať, že ľudia majú prebytok materiálnych vecí, stále žije celosvetovo vyše 2 miliardy ľudí na hranici chudoby.

Pre bežného človeka je situácia, kedy by mal vyžiť z 2eur/dolárov na deň úplne nepredstaviteľná. Veď častokrát len naša ranná káva toľko stojí...

Preto je veľmi dôležité otvárať túto tému na verejnosti a snažiť sa ľudí motivovať k tomu, aby pomáhali systematicky, počas celého roka, ak môžu.

Faktom je, že hlavne mladšia cieľová skupina a mladí ľudia žijúcich vo veľkých mestách majú tendenciu k tomu, aby sa sebarealizovali práve prostredníctvom dobročinnosti. Avšak veľakrát nemajú potrebné informácie resp. nevedia úplne ako môžu pomôcť, pretože najčastejšie je prezentovaná pomoc ľuďom v núdzi len finančnou formou čo nemusí vyhovovať každému.

Cieľom je primárne prostredníctvom sociálnych sietí, kde je najjednoduchšie týchto mladých ľudí pripravených pomôcť, zasiahnuť a informovať o danej téme, začať verejnú diskusiu a zároveň im ukázať možnosti ako pomôcť.

Taktiež k tomu budú motivovaní influencerami, ktorých sledujú, ktorí im dávajú pridanú hodnotu a majú silu spustiť verejnú výzvu.

Zdieľaním dobra v Instagram stories, ktoré je dnes už pre mnohých úplne bežné dáme každému zdieľanému príbehu zmysel a vytvoríme množstvo UGC, ktoré dodá organizácii Helpi dôveryhodnosť a vybuduje povedomie.

Influenceri ukážu ľuďom, že začať pomáhať je niekedy naozaj jednoduchšie ako si myslíme a každý z nás môže byť každý deň hrdinom. Zároveň z mediálneho a budgetového hľadiska sú influenceri najefektívnejší v budovaní povedomia nakoľko si radi vybudujú reputáciu a takúto kampaň tak vedú podporiť aj bez nároku na honorár.

Aby sme však zasiahli aj ľudí mimo Instagramu resp. mimo vybraných influencerov podpríme kampaň aj prostredníctvom PR výstupov v relevantných médiách s využitím minimálneho budgetu a maximálneho zásahu.