

BRIEF

Radost' od O₂

<p>1. O nás</p> <p>Radost' je digitálny telekomunikačný operátor, ktorý ponúka zákazníkom moderné, plne digitálne a jednoduché telekomunikačné produkty za atraktívnu cenu. Funguje na vlastnej 4G sieti, ktorá pokrýva 97 % populácie, vďaka čomu má zákazník signál všade, kde žije. Radost' prináša O2.</p> <p>Tie najdôležitejšie info o nás nájdete tu: https://www.radost.digital/o-nas IG – https://www.instagram.com/tojeradost/ FB – https://www.facebook.com/watch/radost.digital/</p>
<p>2. Situácia na trhu</p> <p>Digitálny operátor Radost' prišiel na slovenský telekomunikačný trh v závere roka 2020. Nováčik od začiatku pracuje na prisvojení si mladej cieľovej skupiny zákazníkov orientovaných na digitálne služby. Jeho spustenie je odpoveďou na zvyšujúci sa dopyt po čisto digitálnych službách a poskytuje taktiež cenovú výhodnosť mobilných dát. Digitálna podoba Radosti umožňuje poskytovať kvalitný produkt za atraktívnu cenu.</p> <p>Z pohľadu konkurencie sú najväčšími hráčmi na trhu etablovaní operátori – Telekom, Orange a 4ka, z nich Radost' útočí najmä na zákazníkov posledného menovaného ponukou atraktívnou pre podobnú cieľovú skupinu. Okrem nich vnímame v pozícii konkurentov aj virtuálnych operátorov, napríklad Funfón a Juro.</p> <p>Keďže Radost' je produktom O2 rovnako ako virtuálny operátor Tesco mobile, tieto tri značky nevnímame ako konkurenčné. Sú zamerané na rôzne cieľové skupiny, čo im umožňuje komplexnejšie pokryť potreby trhu a vzájomne sa nekanibalizujú.</p>
<p>3. Dlhodobé ciele značky</p> <ul style="list-style-type: none">- Prinášať ľuďom moderné, plne digitálne produkty, ktoré sú tak zrozumiteľné na pochopenie a jednoduché na používanie ako sa len dá.- Budovať pozíciu lídra digitálnych telekomunikačných služieb v cieľovej skupine zákazníkov 18 – 34.
<p>4. Prečo je Radost' super?</p> <ul style="list-style-type: none">- Nemá viazanosť.- Má jednoduchú ponuku (3 dátovo zamerané programy za super ceny)- Všetko na 4G sieti od O2 s pokrytím 97% populácie Slovenska.- V appke vybaví zákazník všetko, ľahko a rýchlo.- Vysoký pomer kvality a ceny.- Každý zákazník ju môžeš 7 dní skúšať zadarmo.- 9,5 z 10 zákazníkov by si vybralo Radost' znova (to sme sa dozvedeli z prieskumu, ktorý pre nás vo februári 2021 realizoval Ipsos na vzorke 1872 respondentov).
<p>5. Ciele a výzvy kampane</p> <p>Naším hlavným cieľom zasiahnuť našu cieľovú skupinu okrem online sveta, teraz aj v jej prirodzenom offline prostredí, a teda zvýšiť povedomie a budovať záujem o značku Radost' a jej služby offline kanálmi.</p> <p>Merateľné KPIs:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Zvýšenie poznateľnosti značky Radost' – v cieľovej skupine o 20 %, v celej populácii o 10 %2. Zvýšenie konsiderácie (zvažovania) značky Radost' v cieľovej skupine o 10 %3. Zvýšenie návštevnosti webu Radost', resp. stiahnutia mobilnej aplikácie Radost' o 20 %

<p>6. Cieľová skupina</p> <p>Našou primárnou cieľovou skupinou sú ľudia vo veku od 18 do 34 rokov - digitálne orientovaní a zdatní.</p> <p>Typický zástupca cieľovej skupiny žijú vo väčšom meste, má rád nové veci a jednoduché riešenia. Záleží mu na zážitkoch, ktoré zažíva so smartfónom a dátami v ruke, vďaka čomu ich môže zdieľať so svojimi kamarátmi a zachytávať tak výnimočné momenty a emócie. Zaujíma sa o moderné produkty za výhodné ceny.</p>
<p>7. Zadanie</p> <p>Mladí ľudia - naša cieľová skupina, trávajú počas letných mesiacov väčšinu svojho času vonku v spoločnosti svojich kamarátov, s prvoradým cieľom prežiť spoločne nové zážitky. Pripravte letnú imidžovú komunikačnú kampaň na podporu našej značky v offline prostredí na tému Letné radosti. Potrebné je využiť primárne netradičné reklamné prostriedky, s virálnym potenciálom. Netradičná aktivita by mala byť schopná zapojiť širokú skupinu potencionálnych zákazníkov – tzn. viacero lokálnych aktivít alebo jedna veľká aktivita s veľkým zásahom cieľovej skupiny šíriteľná online. Nezabudnite na presah offline aktivít do online priestoru.</p> <p>Key Message: Užite si radostné leto plné nekonečných zážitkov s nekonečnou Radosťou.</p>
<p>8. Obsah kampane</p> <p>Offline špeciálky</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bez obmedzení <p>Kľúčový vizuál</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formát A4 na šírku aj výšku <p>Online video</p> <ul style="list-style-type: none"> - 30'', s možnosťou prestrihov do dlhších aj kratších formátov - zachytáva šíri ideu offline aktivít v online prostredí - aj výškový formát na sociálne siete <p>Vizuály na sociálne siete</p> <ul style="list-style-type: none"> - post 1080x1080 px, story 1080x1920 px
<p>9. Budget (bez mediálneho priestoru)</p> <p>40 000 €</p>
<p>10. Doterajšia komunikácia a komunikačné kanály</p> <ul style="list-style-type: none"> - Launch: <ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=lrES47Wkns4 https://www.youtube.com/watch?v=YvcYXXbSGBE - Aktuálna taktická kampaň: <ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=cLfavQ_Pw_4
<p>11. Povinné prvky a obmedzenia</p> <p>Nezabudnite byť inline s DNA značky Radosť – dbajte na pozitívnu emóciu, priamočiarosť, mladistvosť prejavu.</p> <p>Všetka komunikácia sa riadi podľa dizajn manuálu značky, ktorý dostanete k dispozícii.</p>
<p>12. Tone of voice</p> <ul style="list-style-type: none"> - mladistvý, neformálny - priamočiary, jednoduchý
<p>13. Inšpirujte sa</p> <p>A1 - You connect! Concept - YouTube</p> <p>Vodafone Infinite Mirror - YouTube</p>

Zviditeľnenie digitálnej značky v offline prostredí

1. Geocachingová súťaž

Vytvoríme geocachingovú hru s pracovným názvom Slovensko plné Radosti. Reklamná kampaň bude zverejnená v online (sociálne siete, youtube) aj offline médiách (printová inzercia), samotná hra bude rovnako prepojením online a offline sveta, zábavnou hernou formou.

Mechanika súťaže:

Po Slovensku ukryjeme 10 000 unikátnych QR kódov, pod ktorými sa skrýva spolu až 5 000 výhier. Každý nevýherný QR kód slúži ako indícia k nájdeniu ďalšieho kódu.

Skenuj QR kódy do aplikácie Radosť a zisti, či si vyhral.

Na zapojenie sa do hry nemusíš byť zákazníkom Radosti, ale niektoré výhry (napríklad dáta) sú použiteľné len pre zákazníkov.

Indície k hlavným výhram sa môžu zjaviť aj na našej webke alebo sociálnych sieťach, tak ich pozorne sleduj.

Radosti:

Hlavné Radosti: 10 x iPhone 12 so SIM kartou a Nekonečnou Radosťou na 1 rok

Drobné Radosti: SIM karty s Balíčkami Radosti, darčkové predmety s letnou tematikou – frisbee, plážová lopta, okuliare

2. Interaktívny citylight

Nechajme zákazníkov pochváliť sa svojimi letnými zážitkami na interaktívnom citylighte. Ukážme všetkým ich dvojitú radosť – z výhry a tiež zo zážitkov z miest, kam sa vďaka súťaži pozreli. Stačí ak na Instagrame uverejnia verejne svoju fotku s #LetneRadosti a ozdobíme námestia letnými zážitkami.

3. Radosť na dosah

Spolupracujme. Spojme Radosť so silným partnerom a fungujúcim predajným kanálom.

Spoločnosť Lidl je so svojimi 150 predajňami na Slovensku vhodným partnerom na pokrytie offline predaja SIM kariet Radosť. Obe značky spája jednoduchosť a vysoký pomer kvality a ceny. Zároveň sa značka Radosť zviditeľní mass-marketovému publiku v mieste predaja s minimálnymi vstupnými nákladmi (nie je potrebný vlastný stánok alebo obchod, ani extra aktivita zákazníka).