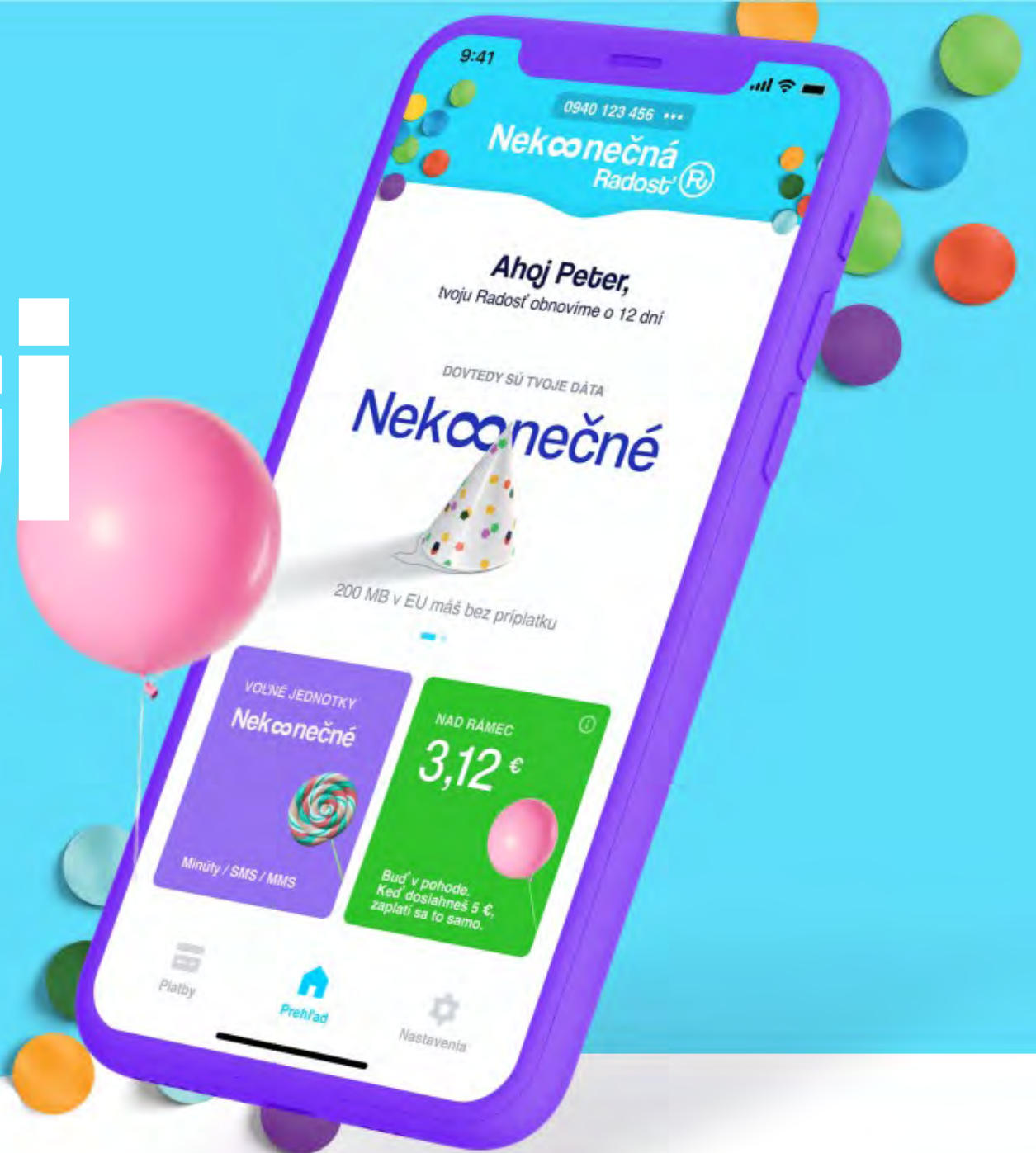


# Letné Radosti

Brief | Young Lions Slovakia 2021

Radost'   
od O<sub>2</sub>



# O nekonečnej Radosti



Radosť (doslova a dopísmena) sme priniesli na slovenský telco trh koncom roka 2020. Prečo ďalší operátor? Odpoveď je jednoduchá, vypýtali si nás zákazníci.

Zvyšujúci sa dopyt po čisto digitálnych službách a taktiež cenovo dostupné mobilné dáta nás priviedli k tomu prísť s Radosťou.

## Prečo je Radosť super:



Je bez viazanosti a 7 dní ju môžeš skúšať zadarmo



Umožňujeme vybrať si z 3 dátovo orientovaných programov za parádne ceny



Appka je jednoduchá na používanie



Za SIMku neplatíš



Všetko fičí na 4G sieti od O2 s pokrytím 97% populácie Slovenska



9,5 z 10 zákazníkov by si vybralo Radosť znova

# Cieľová skupina

Našou cieľovou skupinou sú ľudia vo veku od 18 do 34 rokov. Sú digitálne zdatní, držia kontakt so svetom cez svoje smartfóny. Majú najnovšie appky, sú aktívni na sociálnych sieťach a sú nonstop online. Žijú vo väčšom meste, milujú inovácie, novinky a všetko, čo ich odliší od "starších ročníkov". Nečítajú návody a sú zvyknutí na jednoduchosť, lebo sa naučili, že v digitálnom svete je všetko optimalizované a naservírované pre ich komfort. Nepotrebnú vlastniť všetko, chcú radšej zážitky a žiť pre tento moment. Ich najväčší nepriateľ je FOMO. Rozhodujú sa skôr emocionálne ako racionálne.

## Tone of voice

Náš komunikačný jazyk je uvoľnený a priateľský, nebojíme sa občas použiť výrazy typické pre mladšie ročníky - skratky, hovorové slová, a pod. Tone of voice tejto kampane má byť preto svieži a neformálny. Má evokovať, že k cieľovej skupine sa neprihovára značka alebo firma, ale ich známy/kamarát/rovesník.



Insight:

# Radost' je...

...byť v kontakte s priateľmi.  
...zažiť spolu pekné nové veci.  
...spoznávať nepoznané.  
...prinášať radosť iným.

Mladá generácia je známa tým, že búra stereotypy a je otvorená novým veciam. Sú to akční digitálni aktivisti, ktorí sa zapájajú do iniciatív s dosahom na spoločenské dianie či klimatickú zmenu.

Jednou z udalostí, ktorá silno pohla dianie po celom svete, je pandémia COVID-19. Zasiahla naše životy po každej stránke a, žiaľ, ukrátila nás aj od množstva radosných zážitkov, na ktoré sme boli zvyknutí, ako ísť len tak na obľúbený koncert, festival, do divadla, galérie, či iné umelecké podujatie. Na druhej strane, bez podpory tieto podujatia nebolo možné len tak preniesť do online prostredia, mnohé z nich sa preto na dlhú dobu zastavili.

**Chceme preto podporiť kultúru a ľuďom naprieč Slovenskom vrátiť kúsok Radosti do letných dní.**

# Naše ciele

Sme digitálny operátor, no nedáme dopustiť na offline zážitky. Najmä leto si ich priam pýta.



## Chceme preto prísť s kampaňou:



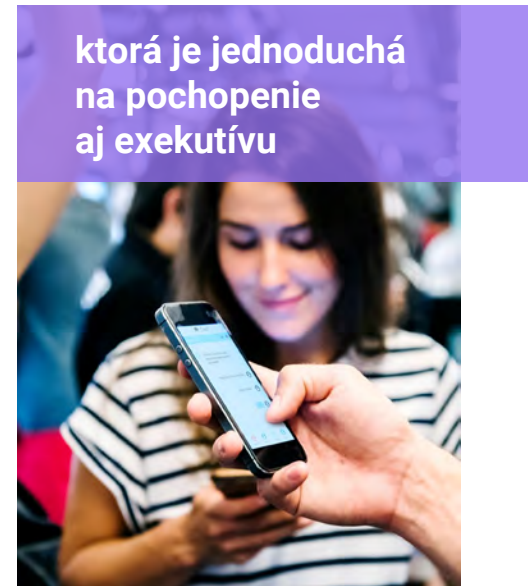
v ktorej prepojíme  
online a offline  
aktivity



ktorou podporíme  
vzťah ľudí s kultúrou



ktorá motivuje našu  
cieľovú skupinu  
k používaniu nášho  
produktu



ktorá je jednoduchá  
na pochopenie  
aj exekutívu

# Čo sa nám páči

## Pop-up aktivity a eventy:

- Hudobný festival Viva musica
- Autobusová zastávka zariadená IKEA nábytkom
- Medzinárodný festival súčasného umenia Biela noc
- [Zvukové dlažby na Hurbanovom námestí v Bratislave](#)



## Geocaching / scavenger hunt:

- Interaktívne súťaže
- Kreatívna hra Veselé kamene



## Community & engagement:

- Občianske združenie Čierne Diery, ktoré dokumentuje pamiatky a nepriamo podporuje cestovanie do zabudnutých kútov krajiny



# Čo chceme dosiahnuť

- Zvýšenie poznateľnosti značky Radosť o **60%** (brand awareness)
- Zvýšenie konsiderácie (zvažovania) značky Radosť o **30%**
- Zvýšenie návštevnosti webu Radosť, resp. stiahnutia mobilnej aplikácie Radosť (engagement, traffic) o **50%**
- User-generated content na sociálnych sieťach



## Timing

Brief	6.5.
De-brief	10. – 14.5.
Prezentácia vašich nápadov	17. – 21.5.
Feedback od nás	24.5. – 28.5.
Pustime sa do toho	31.5. – koniec leta

## Budget

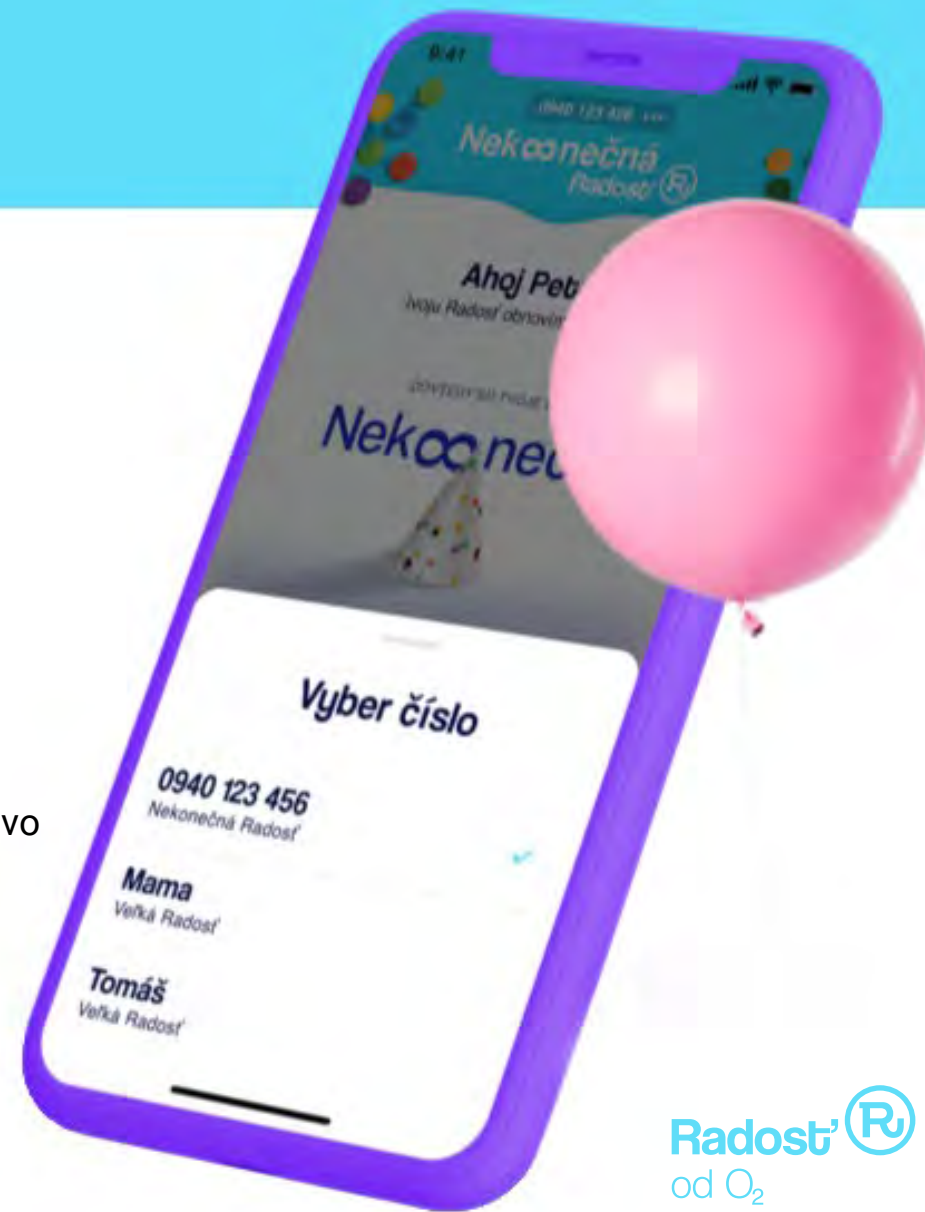
30 000 EUR

# Čo od vás očakávame

**Pripravte pre nás návrh kampane, z ktorej budeme mať radosť :)**

## Čo v ňom nesmie chýbať:

- Podpora kultúry a umelcov naprieč umeleckými odvetvami ako divadlo, filharmónia, klasická aj moderná hudba, stand-up, poézia, výtvarné umenie a ďalšie. Zohľadnite to vo vašich aktivitách.
- Digitálne riešenia v offline prostredí, ktoré prepoja náš produkt s kultúrou a umením.
- Podpora kampane v rôznych regiónoch Slovenska.
- To všetko podporené mixom online a offline aktivít. Kreativite sa medze nekladú.





Podme spolu tvoriť

# Letné Radosti

Radost'   
od O<sub>2</sub>

