

Mladí sú lemry

SITUÁCIA

Mladí ľudia sú často kritizovaní za svoje správanie. Staršia generácia žila iným spôsobom a majú pocit, že mladí sú úplne neschopní, celý deň sedia za počítačom alebo scrollujú na telefónoch a všetko podstatné im uniká. Je to ale naozaj tak?

STRATÉGIA

To, že je pre nich pohyb prospešný už mladí predsa vedia a počujúvajú to asi častejšie ako by chceli. Preto sme sa rozhodli ísť na to opačnou cestou a k aktivite ich vyprovokovať.

Dáta hovoria, že to s mladými a pohybom vôbec nie je take zlé ako sa hovorí. Preto im chceme dať možnosť ukázať, že sú viac, ako si mnohí myslia.

MÉDIÁ

Vo všeobecnosti sú mladí ľudia ťažko cielení prostredníctvom štandardných médií. TV nepozerajú takmer vôbec, tlačové médiá nečítajú a napriek tomu, že veľa času trávia online, si dokázali vytvoriť slepotu voči štandardným formám komunikácie. Na sociálnych sieťach sú možnosti cielenia na mladých do 18 rokov obmedzené. Zvolený mediamix ich preto dokáže dostatočne vyrušiť na miestach, kde sa pohybujú a vyprovokovať ich k aktivite a zároveň bude pôsobiť na mladých veľmi natívne.

CIEL'

Cielom kampane je dostať, čo najviac mladých na športoviská od ČSOB a odprezentovať podporu zdravého životného štýlu ČSOB Nadáciou. Jeho dosiahnutie sledujeme cez kampaňový zásah, získané médiá a počet mladých zapojených do súťaže.

TEASING

Cez vizibilné OOH formáty a natívny článok na Refresheri s anketou prezentujeme nie lichotivé názory staršej generácie na mladých. Na teasing zareagujú influenceri. Predpokladáme, že kampaň sa bude šíriť organicky u mladých a získa neplatený priestor v ďalších médiách.

LAUNCH

V ďalšej videoankete na Refresheri pozveme reagovať na názory starších a v závere im pustíme pozitívne reakcie starších, ktoré neboli súčasťou 1. videa a prezradíme, že ide o kampaň ČSOB Nadácie. Kampaň dopovieme aj v outdoorre cez prelep OOH plôch.

AKTIVÁCIA

Na webe niesomlemra.sk a cez influencerov predstavíme personalizované tréningové programy. Dáme im teda návod ako cvičiť, motiváciu prečo cvičiť a okrem toho sa budú môcť ukázať pred svojimi rovesníkmi. Prostredníctvom súťaže ich motivujeme k tomu, aby navštívili športoviská ČSOB Nadácie, odfotili sa na nich a ukázali aj svojim kamarátom a followerom, že sa hýbu.

Počas kampane budeme na sociálnych sieťach ČSOB namiesto štandardných banerov pravidelne uverejňovať MEME-čka, ktoré budú humornou formou motivovať k návšteve športovísk.

