

## Preži to POD MOSTOM

Mediálny koncept „Preži to pod mostom!“ vychádza z dvoch insightov. Mosty v Bratislave sú dostupné pre každého, no dobrovoľne pod nimi nik nechce tráviť čas, lebo boli dlhé roky zanedbávané.

Preto prinesieme zóny pod mostami bližšie k Bratislavčanom skrz QR kód. Naskenovaním QR kódu sa nielen dozvedia o novej iniciatíve magistrátu a ČSOB nadácie, ale hlavne vďaka livestreamuvidia ako tieto workout zóny vyzerajú a koľko ľudí ich využíva. Kreatívny vizuál s jednoduchým headlinom je ľahko využiteľný v rôznych placementoch ako priamo v meste skrz print alebo online v platených stories.

Naším cieľom je, aby stránku podmostom.sk cez preklik z QR kódu navštívilo minimálne 45 000 ľudí, čo je približne 50% cieľovej skupiny. Nakoľko však nevieme demografiu publika na verejnom priestranstve ovplyvniť, naše vizuály použité na citylights nasadíme aj ako platené Instagram stories, kde namiesto QR kódu bude priamy preklik na web. Tieto stories budú cielené na našu 90 000 cieľovú skupinu, aby sme dosiahli 70% zásah priamo na Bratislavčanov vo veku 16 až 24 rokov.

Okrem toho cieľime na našu cieľovú skupinu aj cez TikTokerov, ktorí majú na svojich videách videnia v priemere do 30 000. TikTok je čisto organický placement, ale aj bez finančnej podpory má najväčší potenciál zo všetkých online kanálov.

Číslo zásahu a preklikov sú jedným možným merateľným úspešnosti kampane – tým druhým je fakt, že Bratislavčania budú novovzniknuté workout zóny naozaj využívať. To uvidíme my, ako aj všetci Bratislavčania, vďaka live stream vysielaniu priamo spod mostov.

Vďaka nízko nákladovej exekúcií kreatívnych výstupov nám v budgete zostane dostatok financií aj na mini launch event v troch workoutových zónach.

Koncept „Preži to pod mostom!“ má potenciál stať sa dlhodobou komunikačnou stratégiou revitalizovaných zón pod bratislavskými mostami. Stačí jeden QR kód a zvedavosť ľudí, a nové informácie sa dostanú ku všetkým.