

Produkt/služba

O značke

Značka Telekom je silný symbol spájania ľudí. Sprístupňuje participáciu a spolupatričnosť naprieč generáciami, a tak buduje svet digitálneho optimizmu. Zároveň sa Telekom ako spoločensky zodpovedná značka venuje množstvu CSR aktivít. V súčasnosti najväčšiu podporu venuje digitálnemu vzdelávaniu detí a mládeže pod hlavičkou projektu ENTER.

O projekte Enter

V budúcnosti bude 9 z 10 pracovných miest vyžadovať digitálne zručnosti. Navyše robotizácia a automatizácia so sebou prinášajú ďalšie riziká pre pracovný trh.

V Slovak Telekomme nám to nie je jedno, a preto sme sa rozhodli podporiť riešenia, ktoré prinesú inovácie vo vzdelávaní a rozvinú digitálne zručnosti detí. Chceme sa podieľať na vychovávaní novej, smart generácie Slovákov. Grantový program ENTER, ktorý podporuje digitálne vzdelávanie na základných a stredných školách pomocou zariadenia Micro:bit.

Viac o projekte ENTER nájdete tu: <https://enter.study/>

Prísľub značky: Nezastavíme sa, kým každý nebude pripojený k príležitostiam dneška.

Lokálny claim: Máte v rukách celý svet

Insight

A. Mobily nepúšťame z ruky a sme 100% digitálni. Sú našim micro:svetom. Využime mobilné telefóny zmysluplne a z digitálnej zábavy spravme aj vzdelávanie.

B. Čo s deťmi po škole? Od 2. stupňa sú bez družiny = nočná mora pre rodičov + nuda pre deti

C. Vekový rozdiel v rámci cieľovej skupiny prepojíme už roky nemennou a všetkým známou rétorikou: z prostredia školy.

Produkt/služba

Po škole o škole - Digitálna Družina je voľnočasová aktivita pre deti všetkých vekových kategórií. Ľudia trávajú voľný čas bezprizorne online, projekt ENTER od Telekomu prináša možnosť využiť ho na tvorivé hry s micro:bitom a rozvoj ďalších digitálnych zručností. Digitálna Družina bude prebiehať pravidelne v neskorších poobedných hodinách formou online (live?) streamu, do ktorej sa budú môcť prihlásiť záujemcovia bezplatne. Bude stačiť len ruka a mobil (ok, možno aj slúchadlá) a celý svet online možností budete mať v rukách. Obsah družiny bude uverejnený v mesačnom "rozvrhu". Družina bude prístupná pre všetkých digitálnych optimistov - nielen deti. Zároveň bude okrem vzdelávania aj odmeňovať - účastníci budú môcť získať extra dáta na stream Digitálnej Družiny alebo zľavu na kúpu vlastného počítača micro:bit. Digitálna Družina stojí na troch pilieroch: 1. vzdelávaj (sa) - v digitálnych zručnostiach, 2. objavuj - nekonečné možnosti nápadov s mikropočítačom mikro:bit, 3. získavaj - odmeny od spoločnosti Telekom za tvoje vzdelávacie úsilie.

Kampaň

O kampani

Kampaň zvyšujúca povedomie o projekte ENTER hravou formou prepája školské prostredie, ktoré je nám všetkým známe bez rozdielu veku spolu s motivačným faktorom odmien, ktoré môžu všetci aktívni užívatelia získať.

Kampaň prebieha v dvoch hlavných streamoch:

- Digitálna Družina - pravidelný edukačný online stream, prebiehajúci 1-krát za týždeň, v dĺžke 60 minút
- štandardné kampaňové nosiče (viď nižšie)

Kampaňové nosiče

Offline - TV spot, OOH (kreatívne a interaktívne formáty)

Online - podstránka o Digitálnej Družine na webstránke projektu ENTER, social media content, bannery (GDN, programmatic, direct buy), micro:influenceri

PR - výstup v TV relácii s veľkým zásahom (napr. Teleráno), product placement v populárnom prime time seriáli, natívne články

Cieľová skupina

Mass market - celé Slovensko (všetky vekové a príjmové skupiny, gender neutral), vrátane klientov aj neklientov značky Telekom

Emócia, ktorú má kampaň vyvolať

zvedavosť, vedomosti, humor

Key message

Projekt ENTER prináša digitálnu budúcnosť dnes. Deťom v školských laviciach a aj Vám, do vášho mobilného micro:sveta, ktorý držíte v ruke aj teraz.

Ciele/KPIs

Komunikačné ciele

- Brand awareness - podporená znalosť značky 80%
- Posilniť pozíciu Enter ako významného vzdelávacieho projektu zabezpečujúceho deťom lepšiu budúcnosť
- Byť no.1 vo vnímaní podpory digitálneho vzdelávania v rámci telco segmentu

Online ciele

- Zasiahnúť online komunikáciou 2 000 000 užívateľov (real users)
- Zdvojnásobenie Google trendu vyhľadávania kľúčového slova "microbit"
- 12 000 zapojených užívateľov do Digitálnej Družiny (za obdobie 6 mesiacov)

Business ciele

- nárast nákupu micro:bitu fyzickými osobami o 100 %

Úlohy pre agentúru

- Kreatívny koncept - prezentácia ideí, ktorá sa bude niesť celou komunikáciou
- Key vizuál + kampaňový headline
- Prosíme pripraviť a navrhnuť timing a customer journey komunikácie
- Vytvorenie a technické riešenie online streamu Digitálna Družina vrátane vyhodnocovania súťažiacich
- Zalomiť KV do kampaňových formátov
- Návrh micro:influencerov
- Pripraviť rozpočet na celú produkciu

Timing

- Brief: 23.5.2022
- Prezentácia konceptu: 27.6.2022
- Prezentácia konceptu (2. kolo): 11.7.2022
- Schválenie konceptu: 25.7.2022
- Začiatok kampane: 5.9.2022
- Trvanie kampane: 8 týždňov

Rozpočet

Execution: 150 000 €

Media: 300 000 €

Celkový rozpočet: 450 000 €

Mandatory

Pri tvorení kreatívneho konceptu a jeho súčastí treba prihliadať na DNA, tonalitu a spôsob komunikácie spoločnosti Slovak Telekom. Zároveň pracovať s lokálnym claimom značky Telekom: Máte v rukách celý svet.