

BRIEF

Telekom Enter

1. O nás

Značka Telekom je najväčší multimedialný operátor na Slovensku a k svojim zákazníkom chce byť čo najbližšie. Je expertom v digitálnom spájaní a symbolom pre kvalitnú sieť. Buduje svet digitálneho optimizmu. Okrem pozície technologického lídra sa profiluje aj ako spoločensky zodpovedná značka, ktorá má množstvo aktivít v neziskovej sfére.

V súčasnosti venuje najväčšiu podporu digitálnemu vzdelávaniu detí a mládeže pod hlavičkou projektu ENTER.

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

Tie najdôležitejšie info o nás nájdete tu:

<https://www.telekom.sk/>

<https://enter.study/>

IG – <https://www.instagram.com/telekomsk/>

FB – <https://www.facebook.com/telekom.sk/>

2. Situácia na trhu

Telekom si uvedomuje nevyhnutnosť digitalizácie a jej vplyv na spoločnosť. Až 10 % pracovných miest je ohrozených automatizáciou a zhruba 1/3 pracovných miest v najbližších rokoch očakávajú zmeny. V IT sektore každoročne narastá počet pracovných miest o 3 % a je problém ich obsadiť kvôli nedostatku vhodných kandidátov.

Preto v roku 2020 spustil veľký projekt a zároveň aj grantový program ENTER, ktorý podporuje digitálne vzdelávanie na základných a stredných školách pomocou vreckového počítača Micro:bit. Je to multifunkčný miniatúrny počítač a zároveň najjednoduchšie programovateľné teliesko na trhu. Je vhodné aj pre úplných začiatokníkov a po naprogramovaní dokáže merať teplotu, ovládať svetelnosť a hlasitosť napojených zariadení, prípadne sa na ňom dajú vytvoriť jednoduché hry a pod.

3. Digitálny festival budúcnosti

Je nadstavbovým projektom imageovej kampane. Využíva potenciál obľúbeného festivalu Pohoda, ktorý stiera vekové a rodové rozdiely. Je efektívnou formou komunikácie z hľadiska zásahu cieľovej skupiny, viditeľného prepojenia na značku ako aj PR potenciálu a potenciálu šírenia cez sociálne siete. Offline eventom priblížime digitálny projekt prostredníctvom reálnej skúsenosti.

Viac o festivale pohoda tu: <https://www.pohodafestival.sk/>

4. Ciele a výzvy kampane

- Zvýšenie spontánnej aj podporenej znalosti projektu ENTER v očiach širokej verejnosti
- Posilnenie prepojenia značky Telekom s projektom ENTER.

Merateľné KPIs:

1. Dosiahnutie spontánnej znalosti projektu ENTER medzi návštevníkmi festivalu min. 10
2. Dosiahnutie min. 25 % podporenej znalosti projektu ENTER medzi návštevníkmi festivalu .
3. Dosiahnutie indexu priradenia značky Telekom k projektu ENTER >0,95.
4. Dosiahnuť návštevnosť Digitálneho festivalu budúcnosti min. 5000 návštevníkov

5. Cieľová skupina

mass market – široká verejnosť bez ohľadu na vek a pohlavie.

6. Zadanie

Prípravte 2 návrhy konceptov eventu - Digitálneho festivalu budúcnosti. ktorá je jasne prepojená so značkou Telekom – farebnosť, logo a iné.

Zamerajte sa na dôležitosť digitalizácie vo vzdelávacom systéme detí - novej generácie digitálne zručných smart ľudí, ktorí sa presadia a vyťažia z technológií maximum vo svoj prospech, ale aj prospech spoločnosti. Telekom vystupuje ako partner digitálneho rozvoja.

Pri príprave konceptu prihliadajte na existujúce aktivity Digitálneho festivalu budúcnosti (viď. priložená prezentácia)

Key message: Deti sú naša lepšia budúcnosť - v duchu claimu „Máte v rukách celý svet“.

7. Obsah kampane

Vizualizácia promo stánku

Aktivity Digitálneho festivalu budúcnosti

- návrh nových aktivít v rámci eventu
- rozpracovanie a realizácia existujúcich aktivít (digitálne workshopy, využitie micro:bitov, súťaže)
- **ENTER slovník** – návrh webovej aplikácie – interaktívneho generačného prekladača, ktorý vtipne prekladá digitálny slang, reaguje na vpisovanie alebo hlasové diktovanie
Pripravte návrh dizajnu a technické riešenie tejto aktivity
- **Tvoja práca budúcnosti** – návrh interaktívnej hry – kvíz. Počítať s následným využitím pre sociálne siete

Vizuály na sociálne siete – info o Digitálnom festivale budúcnosti na Pohode

- post 1200x 1200 px, story 1080x1920 px

Návrh influencerskej kampane

- rozšírenie spolupráce na ďalších influencerov a mikroinfluencerov podľa novo definovanej cieľovej skupiny (prosím navrhnuť influencerov z rôznych cieľových skupín a na rôznych platformách)

Promo video z eventu – YouTube, Facebook, Instagram

8. Budget (bez mediálneho priestoru)

40 000 €

9. Doterajšia komunikácia programu ENTER

Kampaň <https://youtu.be/f1fsAbdN-lc>

web <https://enter.study/> okrem hlavných informácií o projekte umiestnené aj metodické videá a návody ako pracovať s micro:bitom, vrátane zábavných videí o programovaní s influencerami Patru Bene a Gogom.

Nosné aktivity programu ENTER

Grantový program – v rámci neho Telekom od spustenia programu školám prerozdelenil už 390 000 € a pokračuje ďalej,

ENTER olympiáda – súťaž pre školy, do ktorej sa môžu zapojiť tímy zo základných a stredných škôl a vďaka projektom s Micro:bitom vyhrať atraktívne ceny – súťaž vyvrcholí v júni 2022 prezentáciami prác finalistov,

Webinára – hlavne na začiatku projektu Telekom v spolupráci s občianskymi združeniami Aj Ty v IT a SPY spustil vzdelávacie webinára pre učiteľov aj žiakov, kde sa učili pracovať s micro:bitom a dostávať ho do vyučovacieho procesu informatiky,

Predaj Micro.bit súpravy ku službám Telekomu, <https://www.telekom.sk/biznis-chytry-balik/microbit-smart-kit-v2-10-2021?service=internet>

ENTER Konferencia – v septembri 2021 Telekom usporiadal konferenciu o digitálnom vzdelávaní ENTER, kde vystúpilo množstvo atraktívnych spíkrov – viac nájdete tu: <https://www.enterkonferencia.sk/>

Stála expozícia Micro:bitov a projektu ENTER – v zážitkovom centre vedy Aurélium v Bratislave od marca 2022.

10. Povinné prvky a obmedzenia

Povinné je použiť lokálny claim „Máte v rukách celý svet“.

V komunikácii dbať na prísľub značky Telekom a jasné prepojenie na značku – s ohľadom na dizajn manuál značky.

11. Tone of voice

- pozitívny, s výhľadom na lepšiu budúcnosť,
- moderný a atraktívny, s prihliadnutím na špecifiká mass-marketu – jednotná a pochopiteľná komunikácia pre rôznorodú cieľovú skupinu

12. Timing

do 15. apríla 2022 – prezentácia pripravených konceptov (agentúra)

do 22. apríla 2022 – feedback, úprava vybraného konceptu (Telekom)

do 29. apríla 2022– dodanie upraveného konceptu (agentúra)

do 6. mája 2022– finálne schválenie konceptu, production GO (Telekom)

od 7.-9. júl 2022– POHODA festival