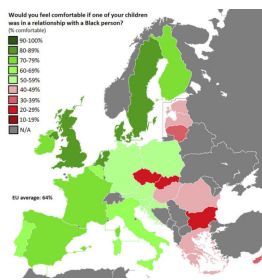
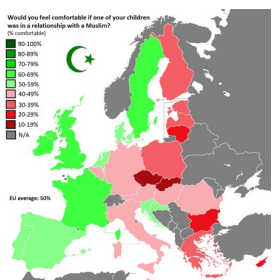


# Svet bez imigrantov

launch Klubu M – klub priateľov Mareeny pre získanie prevediteľných darcov

# INSIGHT

Podľa Eurobarometer reportu “Diskriminácia v Európe” skončilo Slovensko spolu s krajinou Cyprus v diskriminácii na poslednom mieste – vyše 60% ľudí malo predsudky voči cudzincovi inej farby pleti, náboženstva. Pozrime sa však do minulosti...



Vynálezy, objavy imigrantov prvej, druhej i tretej generácie prenikli takmer do všetkých aspektov našej kultúry. Ľudia iných národností, náboženstva emigrovali zo zahraničia, utekali pred vojnovými konfliktmi, alebo za lepším životom, priniesli množstvo nových nápadov, produktov, patentov a umenia počas celej našej histórie. A pokračujú v tom aj dnes.

Mnohé z týchto myšlienok pomohli formovať svetový a slovenský život, ako ho poznáme.

**A preto si bez nich nevieme predstaviť svet.**

# Svet bez imigrantov

IDEA

launch Klubu M – klub priateľov Mareeny pre získanie pravidelných darcov

Ukážeme ľuďom, kto stojí za najväčšími vynálezmi, patentami a umením sveta. Telefón, modré nohavice, Google, bankomat, hamburger a dokonca i Apple.... Tieto a mnoho iných pochádza z hláv, šikovnosti imigrantov, alebo imigrantských rodín. V kampani preto vyzveme ľudí odbúrať predsudky, stereotypy, naučiť ich pochopiť dôležitosť cudzincov v našej spoločnosti a pridať sa k novému Klubu M

**Ako?** Pomocou inšpiratívnych príbehov utečencov, ktorí utiekali z krajiny v ktorej sa narodili do zemí, kde sa nebáli žiť a prejaviť svoj talent, vzdelanie, odvahu učiť sa a vytvárať krajinu k lepšiemu.

# Svet bez imigrantov

launch Klubu M – klub priateľov Mareeny pre získanie previdelných darcov

# STRATEGICKÉ RIEŠENIE

## Časť 1

hovorí o príbehu Alexander Graham Bell-ovi, vynálezcovi telefónu. Strategicky sme zvolili wording a príbeh o imigrantovi, ktorý najlepšie komunikuje problem našej primárnej cieľovej skupine: ženy od 25–45 rokov. Naša cieľovka si predsa bez telefónu naozaj nevie predstaviť svet.

## Časť 2

komunikuje lokálny Insight – Bratislavský downtown a nové centrum bratislavy: Sky Park by Zaha Hadid. V druhej fáze zasahujeme sekundárnu cieľovú skupinu: stredný a vyšší manažment, z lokality Bratislava a okolie, vzdelaní ľudia zaujímajúci sa o svoje mesto a lepší život v ňom, urbanizmus a spoločenské dianie. Strategicky vidíme túto cieľovú skupinu veľmi relevantnú. Ako by vyzeral Sky Park bez migrantky, Arabky, Zaha Hadit? Nevieme si naozaj predstaviť.

## Časť 3

sme položili na silnom príbehu utečenca Luthera Simjiana, ktorý utekal spolu s rodinou počas arménskej genocídy v r. 1915 preč z krajiny. Po prisťahovaní do U.S. získal občianstvo a vynášiel okrem iného prvý bankomat spolu s ďalšími 200 ostatnými patentami.

V časti 3 budeme pokračovať aj ostatnými digitálnymi a efektívnymi riešeniami pre neziskovú organizáciu.

# Svet bez imigrantov

launch Klubu M – klub priateľov Mareeny pre získanie pravidelných darcov

# EXEKÚCIA

## Časť 1

Vytvorme spolu lepšie podmienky  
a bezpečie pre cudzincov a migrantov.

Nebyť  
imigrantov,  
kamarátke  
nezavoláš.

MAREENA

Pridať sa

## Časť 2

Vytvorme spolu lepšie podmienky  
a bezpečie pre cudzincov a migrantov.

Keby  
neodišla,  
dnes by  
tu nestáli.

MAREENA

Pridať sa

# Svet bez imigrantov

launch Klubu M – klub priateľov Mareeny pre získanie pravidelných darcov

# EXEKÚCIA

## Časť 3

Online vizuály pre social media – Facebook, Instagram, budú doplnené o CALL TO ACTION prvky s cieľom darovať a zároveň sa pridať do klubu M.

Okrem PPC kampane marketovaných na 3 primárne cieľové skupiny bude počas celého trvania online kampane spustený a založený portál [www.svetbezimigrantov.sk](http://www.svetbezimigrantov.sk), Jeho cieľom a výzvov bude zbierať príbehy inšpiratívnych cudzincov žijúcich na Slovensku. Vďaka takejto databáze budeme mať nielen retargetingovú skupinu na oslovenie nových ľudí paid reklamou, ale i veľa podkladov do tvorenia obsahu pre eventy i offline diskusie.



V roku 1915 utiekol Luther Simjian pred arménskou genocídou z dnešného Turecka.

V roku 1929 sa stal občanom USA a o 29 rokov neskôr vynašiel bankomat.

Staňte sa pravidelným darcom a pridajte sa do klubu Mareeny.

[Pridať sa](#)



# Svet bez imigrantov

launch Klubu M – klub priateľov Mareeny pre získanie pravidelných darcov

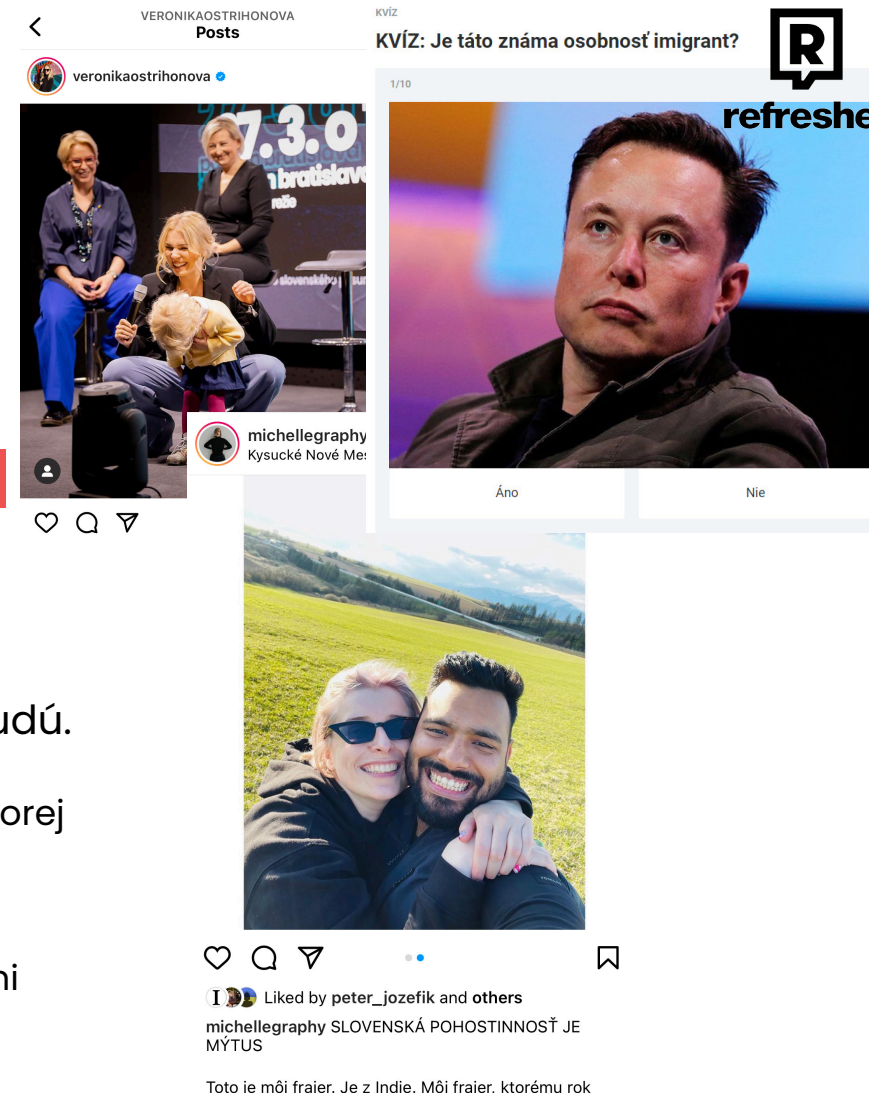
# EXEKÚCIA

## VIRAL, NON-PAID SUPPORT KAMPANE: INFLUENCERI A ZNÁME MENÁ

Pri neziskových organizáciach je najefektívnejším digitálnym riešením z hľadiska organického šírenia kampane, alebo oslovením nových darcov výber AMBASÁDORA a mikroinfluencerov, ktorí šíria kampaň organicky.

V kampani Svet bez imigrantov navrhujeme osloviť približne 10 mikro, 2 makro ambasádorov a digitálny portál Refresher, ktorý sa tejto tematike venuje na Slovensku. Ide o relevantné ženy influencerky (vid'. pre prezentačné účely použitá ukážková fotografia z Instagram profilu @michellegraphy a @veronikaostrihonova) ale i influencerov, ktorí spoločenskú tému rozoberajú, zaujímajú sa o ňu. Na refresher pripravíme zaujímavý a interaktívny kvíz "Je táto známa osoba imigrant" – a všetci budú.

Influenceri a ambasádori dostanú prezentáciu s názvom **#SVETBEZIMIGRANTOV**, v ktorej budú poviedky, ale i zaujímavé fakty o tom, ako by vyzeral napríklad McDonalds bez burger-u, ktorý bol vymyslený imigrantom. Viac ako polovicu špičkových amerických technologických spoločností založili imigranti alebo deti imigrantov, vrátane Apple, Amazon-u, Google. Ako by vyzeral svet bez nich? Naozaj si nevieme predstaviť a asi ani naši influenceri, ambasádori i používatelia, ktorých oslovíme.



# Svet bez imigrantov

# CIELE

launch Klubu M – klub priateľov Mareeny pre získanie pravidelných darcov

## 1 / primárny cieľ – performance + donations

Investovať do budget-u na Instagram a Facebook-u 1000 EUR / integrovať na web stránky (mareena.sk a svetbezmigrantov.sk) pixel, google analytics. Použiť a vytvoriť si efektívne lookalike audiences pre zasiachnutie podobných ľudí k tým, ktorí už v minulosti darovali prostredníctvom portálu [www.darujme.sk](http://www.darujme.sk)

Odhadovaný počet preklikov na stránku: 15tisíc / odhadovaný počet darcov z paid kampane: 100  
Odhadovaný počet preklikov na stránku z profilov ambasádorov: 20-30 tisíc.

## 2/ sekundárny cieľ – brand awareness + storytelling

Sekundárny cieľ vyplýva z insight-u a hlavnej ideí. Naším poslaním je ukázať "wow" efektom imigrantov, cudzincov, národnosti inej pleti, iného náboženstva. Edukovať našu spoločnosť, priblížiť im dobrovoľníctvo a šírenie povedomia nielen o spoločnosti Mareena a klub M, ale i téme migrácie.

Odhadovaný počet zasiachnutých ľudí:

Paid: 380tisíc

Organic, viral: 200tisíc+