

**bol  
som  
TU**



**pre moje budúce ja,  
pre budúcnosť...**





**bol  
SOM  
TU**

# Pre BUDÚCNOŠŤ

**#bolsomtu**

## Prečo BOL SOM TU?

Každý náš krok, každé naše rozhodnutie ovplyvňuje našu budúcnosť a zanecháva stopu v našej prítomnosti. Ovplyvňuje naše budúce JA. Preto chceme kampaňou BOL SOM TU upozorniť na minulosť, prítomnosť aj budúcnosť našich činov a aktivít v prírode. Chceme touto kampaňou upozorniť na aktuálne najväčšie enviromentálne problémy Slovenska, ktoré si dokáže všimnúť každý z nás vo svojom okolí, a priblížiť tak lokálne problémy, ktoré sa nás bezprostredne týkajú.

Zároveň chceme motivovať odbornú verejnosť k tomu, aby využili možnosť tieto problémy postupne riešiť práve projektami, na ktoré môžu získať dotáciu od Nadácie Slovenskej sporiteľne až do výšky 15 000 €. Naše komunikačné aktivity zároveň majú odbornej verejnosti poskytnúť aj inšpiráciu na projekty a aktivity, ktoré môžu realizovať vo svojom okolí a zároveň výsledky z projektov odprezentovať.

Teda ukázať, že BOL SOM TU znamená = dokázal som urobiť niečo pre zeleňšiu budúcnosť, nezanechať za sebou spúšť.



# Kreatívny a komunikačný koncept

Chceme motivovať širokú verejnosť k prihláseniu svojho projektu

Vieme, že mnohé obce, starostovia, občianske združenia, školy, ale aj jednotlivci chcú pomáhať, no možno nevedia kde začať. Práve preto chceme aj prostredníctvom našej podpornej aktivity - webovej stránky a progresívnej aplikácie - ktorá bude slúžiť na nahlasovanie aktuálnych environmentálnych problémov na Slovensku, ponúknuť priamo možnosti a aktivity, o ktoré by sa odborná verejnosť mohla uchádzať. Zároveň by tieto podnety slúžili aj ako komunikačné témy pre novinárov.

V rámci tohto projektu, by sme zároveň vedeli výzvy rozdeliť pre tie, ktoré sú určené odbornej verejnosti a pre tie, o ktoré by sa mohla uchádzať aj široká verejnosť v rámci dobrovoľníctva.

Myšlienkou tohto konceptu je využiť "gamification", pričom po dosiahnutí/splnených určitých výziev, by daný jednotlivci, mohli byť aj odmenení. Bol by to "geochaging" na environmentálne problémy.

## Ako to bude fungovať?

Na webovej stránke, alebo v aplikácii jednotliví užívatelia môžu priamo na mape označovať miesta, pridávať fotografie a identifikovať environmentálny problém, či nápad. Tie podnety by pritom vždy mali definíciu či sú v stave - vyriešené, v riešení, alebo iba zadané. Zároveň by obsahovali detail PRED a PO zrealizovaní. Ak zároveň niekto nechce priamo realizovať zmeny v teréne, no mali by záujem napríklad o prednášky alebo iný edukatívny projekt, opäť môžu použiť výzvu použiť na to, aby odkomunikovali svoje aktivity.

\*<https://nasebio-eko.sk/vysledky-prieskumu-co-povazujeme-za-hlavne-ekologicke-problemy-slovenska/>

**3** hlavné ekologické problémy Slovenska\*



**Nadmerná produkcia odpadu**



**Znečistenie vôd**

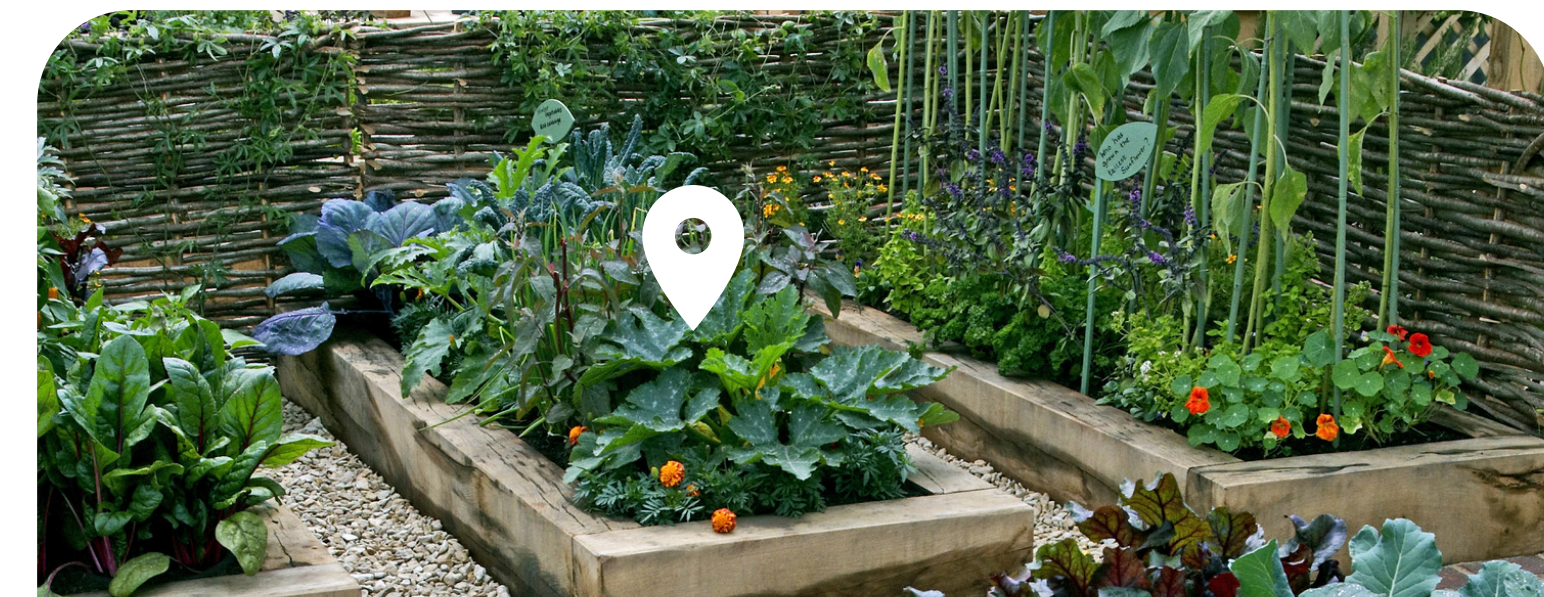


**Odlesňovanie**





bol  
SOM  
TU





# Pre BUDÚCNOŠŤ

#bolsomtu

## Ciel' kampane

Cieľom kampane je teda využiť aktivitu aj širokej verejnosti pre propagáciu a komunikáciu grantu, do ktorého sa môžu zapojiť "ich" samosprávy, školy či neziskové organizácie venujúce sa zlepšovaniu životného prostredia.

V rámci komunikačného mixu využijeme komunikáciu na novinárov prostredníctvom tlačových správ a návrhov environmentálnych tém na mieru, aj direct mail /unboxing) pre novinárov a influencerov. Okrem toho by sme vytvorili aj online aktivitu v podobe webovej stránky a progresívnej aplikácie na definovanie environmentálnych problémov a aktivít. Tým budeme získavať neustále nové podnety na komunikačné témy, ako aj aktualizáciu moment.

Celú komunikáciu budú aktívne podporovať influenceri. Hneď po úvode bude zároveň preklik na registráciu do projektu Pre lepšiu budúcnosť.





A woman with blonde hair tied back, wearing glasses and a white collared shirt, is looking thoughtfully to the right. The background is a blurred indoor setting with green plants.

**UROB  
SVOJU OBEC  
ZELENŠOU**

**ZÍSKAJ AŽ  
15 000 €**





# Komunikačné nástroje

V rámci komunikačného mixu by sme využívali:



## Komunikácia s novinármi

Tlačové správy

Témy na mieru na základe najväčších environmentálnych problémov Slovenska

Direct Mail / UNBOXING  
Špeciálny uvitací balíček na prezentáciu a zapojenie sa projektu

## Influencer marketing

Propagácia projektu  
#bolsomt

Spoluúčasť na výzvach = zadávanie enviro problémov na webovej stránke/v aplikácii

Výzva na predkladanie nápadov a výziev, registráciu do projektu

## Webová stránka a progresívna aplikácia

Vytvorenie jednoduchej platformy, kde široká verejnosť môže priamo na mape Google Maps označovať, pridávať a hodnotiť aktuálne environmentálne problémy a nápady v ich blízkom okolí. Týmto ponúknú odbornej verejnosti aj námety na možné prihlásenie výziev.

#geocaching

## Mediálni partneri

V rámci oslovenia škôl spolupráce so skolske.sk. V rámci komunikácie projektu oslovenie databázy škôl prostredníctvom emailu.

SME.sk a ich lokálne noviny by zároveň komunikovali a distribuovali výzvu na zapojenie sa.

**pre moje budúce ja...**



# ČASOVÁ OS AKTIVÍT

**PR**

25.4.

Odoslanie direct mailu/unboxing  
klúčovým novinárom  
a influencerom

25.4. - 30. 4.

Komunikácia  
influencerov na  
sociálnych sieťach  
  
Priame aktivity v  
prírode

26.4.

Follow-up novinárov  
  
Ponúknutie tém na  
mieru, popri ktorých  
sa odkomunikuje  
možnosť výzvy

29.04.

Komunikácia  
prostredníctvom  
novinárov a  
influencerov =  
posledné dva dni na  
prihlásenie sa do  
výzvy

15. - 30. 06

Komunikácia prostredníctvom novinárov a influencerov =  
vybrané a podporené projekty.

Zároveň komunikácia stále udržiavanie platformy s cieľom  
riešenia lokálnych enviromentálnych problémov.

**WEB**

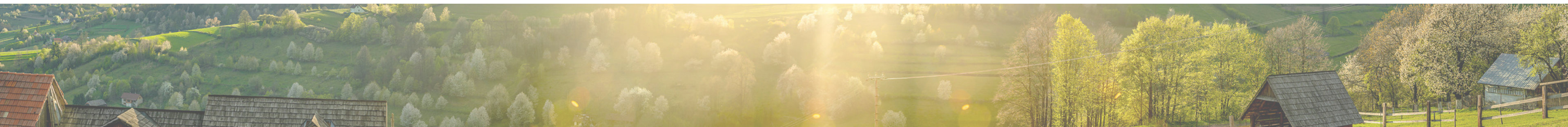
od 25.4.

Spustenie webovej stránky a aplikácie. Komunikácia stránky a kampane prostredníctvom novinárov a influencerov pre  
zapojenie sa do výzvy.

**PR**

25.4.

Špeciálna spolupráca s mediálnymi partnermi (oskole.sk, skolske.sk), sme.sk , všetky mestské noviny a noviny mestských častí  
Priame oslovenie cez newsletter všetkých škôl na Slovensku.





# Komunikácia s novinármi

## UNBOXING A TLAČOVÁ SPRÁVA

V rámci komunikačnej aktivity by sme odoslali kľúčovým novinárom a vybraným influencerom "unboxing", teda ich štartovací balíček pre zelenší zajtrajšok, ktorý by komunikoval nielen tlačovú správu o projekte a zverejnenej výzve, ale o tom, ako sa oni sami môžu zapojiť do aktivít a pomôcť tak nášmu okoliu a prírode.

Cieľom tejto aktivity je kreatívne odprezentovať projekt, získať mediálne výstupy, ako aj výstupy influencerov. V rámci influencerov, by pritom personalizovaný list bol zameraný na ich aktivity a výzvy pre verejnosť - zadaj výzvu, pošli/označ problém ak ho v okolí nájdeš, motivuj ostatných k vyriešeniu, daj vedieť svojmu okoliu, že sa môžu zapojiť.

## MEDIÁLNY PARTNERI

V rámci komunikačnej stratégie by sme oslovili aj napríklad portál skolske.sk, ktorý dokáže komunikovať priamo na všetky registrované školy a tak komunikovať tento projekt na cieľovú skupinu = riaditelia a učitelia škôl.

## KOMUNIKAČNÉ OKRUHY/TÉMY

- BOL SOM TU: 10 aktivít vďaka ktorým zlepšíš životné prostredie
- Prihlás svoju ekologickú výzvu a získaj pre svoje mesto ale združenie až 15 000 eur
- Natália Pažická zbiera odpad po druhých. Neuveríte, čo všetko nájdete v lese
- Dejepis inak? Boli sme "bordelári prírody" odjakživa?
- TOP 10 enviromentálnych aktivít našich obcí a miest v roku 2022





## DIRECT MAIL/UNBOXING

Personalizovaný balík pre kľúčových novinárov a influencerov by obsahoval ekologické produkty, ako aj výzvy na zapojenie sa a tlačovú správu



# Influencer marketing | Ambasádor




## Dejepis inak

Sandra Vitéková

V rámci komunikácie na podporu projektu, by sme využili aj influencerku Sandru Vitékovú. Jej veľká časť cieľovej skupiny sú práve aj učitelia základných a stredných škôl, ktorí môžu následne žiadať o zapojenie sa do výzvy. V rámci komunikácie by zároveň sme dávali na dôraz, aby sme netvorili DEJINY už teraz devastáčné, ale ukázali, že BOL SOM TU znamená svetlo pre našu zelenšiu budúcnosť.



 193 000 odberateľov

 14 236 likes


 64 500 followerov

## Kristína Tormová

Slovenská herečka so záujmom o spoločnosť, enviroment a v prvom rade matka, ktorá chce zelenšiu budúcnosť pre svoje deti. Pravidelne komunikuje a otvára aj kontroverznejšie spoločenské témy. V rámci spolupráce s ňou by sme navrhovali vyrobiť aj ekokogické tričká d odkazom, ktoré by komunikovali dlhodobu kampaň BOL SOM TU a výzvy Pre budúcnosť.

Je cieľová skupina sú primárne ženy a mamičky.



 96 582 likes

 139k followerov



# Influencer marketing | Ambasádor

## Natália Pažická

Greeninfluencerka. Od 14 rokov sa aktívne venovala modelingu, neskôr začala blogovať. Módu študovala na Amsterdam Fashion Institute, kde sa venovala téme udržateľnosti v odevnom priemysle. Ako environmentálna aktivistka bola jednou z iniciátoriek najúspešnejšej online petície na Slovensku #klimatapotrebuje.



 6 400 odberateľov


 12 691 likes

 46 300 followerov

## Fero Joke

V roku 2009 absolvoval štúdium na Strednej zdravotníckej škole v Dolnom Kubíne a v roku 2017 dokončil magisterské štúdium špeciálnej pedagogiky na Pedagogickej fakulte Univerzity Komenského v Bratislave. Oslovuje mladšie aj staršie cieľové skupiny humorom, pričom často komunikuje parodicky a satiricky. Medzi jeho koníčky patrí aj turistika. V rámci komunikačnej kampane s ním, by sme využili jeho humornú Maju na skládkach, pri znečistených vodách na rybačke či pri triedení odpadu a dopadu netriedeného odpadu = nerecyklácie. Každá komunikácia by obsahovala výzvu na prihlásenie projektov.



 308 459 likes

 367k followerov



# Kľúčové médiá

TV Markíza / markiza.sk

TV Joj/ joj.sk

RTVS / SRO

sme.sk

hnonline.sk

dennikn.sk

aktuality.sk

noizz.sk

refresher.sk

dobrenoviny.sk

pluska.sk / Plus 1 deň

zoznam.sk

pravda.sk / Pravda

topky.sk

ta3.sk/TA3

všetky mestské noviny a noviny mestských častí

# Influenceri | UNBOXING

Tatiana Žideková

Denisa Vyšňovská

Diana Hager a Roman Juraško

Juraj Kemka

Zuzana Vačková

Simona Hegerová

Ivana Konečná Stanclová

Ivana Antal

Mária Čírová

Ivana a Marián Gáborík

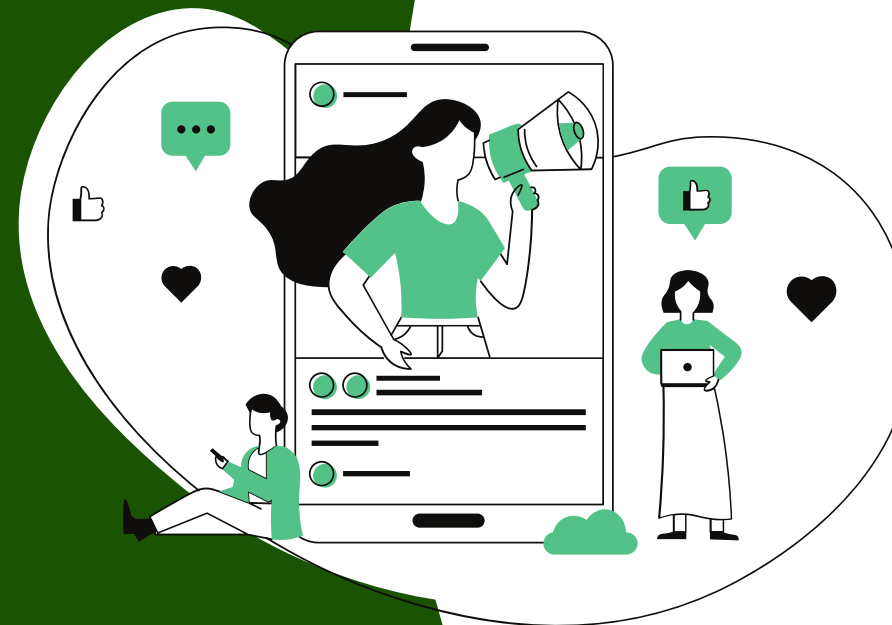
Veronika Kril

Adela a Viktor Vincze

Gizka Oňová

Tomi a Dominika Kovács

Baša Številová





# Podporené projekty

V rámci komunikácie po vyhlásení úspešných projektov odkomunikujeme vybrané aktivity nielen novinárom, ale projekty predstavia aj influenceri. Zároveň opäť vyzvú na aktivity a zadávanie výziev.

V rámci odmeňovania "dobrovoľníkov" by boli "úrovne" profilov, kedy v rámci dokončených výziev a uverejnení PRED a PO by získavali dobrovoľníci, firmy, školy dodatočne odmeny. Napríklad úroveň 1 - unboxing štartovací balík, úroveň 2 tričká, úroveň 3 a podobne.







pre moje budúce ja...