

BUĎ HRDINOM PRÍBEHU

Young Lions 2023

Nadácia TV JOJ / Káčko

- TV JOJ a Nadácia TV JOJ v spolupráci s organizáciou IPčko šíri **osvetu o duševnom zdraví** a podporuje iniciatívy, ktorých cieľom je zlepšenie situácie ohľadom duševného zdravia na Slovensku. A tá sa **vplyvom pandémie** v posledných rokoch ešte viac **zhoršila**.
- Aktuálne sa Nadácia TV JOJ venuje podpore **kontaktných centier Káčko**, vznikajúcich v každom krajskom meste. Jedná sa o centrá, kam môžu bezplatne prísť tí, ktorí potrebujú okamžitú psychologickú pomoc.

Zadanie:

- Ako **navýšiť povedomie** verejnosti **o prepojení brandu TV JOJ s témou duševného zdravia** a zároveň **zabezpečiť čo najviac finančných prostriedkov** na aktivity spojené s podporou tejto oblasti?



INSIGHT



- Psychológovia / psychologičky potvrdzujú, že ľudia zažívajú **pocity straty bezpečia, sebavedomia a cítia sa osamelí**. Mladá generácia vo veku 18-40 rokov navyše prežíva veľkú neistotu z budúcnosti a zároveň tlak okolia na výkon v pracovnom aj osobnom živote.
- Aby jednotlivci podporili dobrú myšlienku, potrebujú zo strany brandu vnímať **dlhodobo konzistentnú a kredibilnú komunikáciu**.
- Štúdie ukazujú, že ľudia neradi prispievajú na nadácie/charity so širokým zameraním. Omnoho jednoduchšie a radšej **poskytnú pomoc konkrétnemu miestu, prípadne jednotlivcovi s menom a jasným problémom**.

BUĎ HRDINOM PRÍBEHU!

1. PILIER PRE BUDOVANIE AWARENESS & KREDIBILITY

Nastavenie kreatívnej platformy ako základného stavebného kameňa pre dlhodobu konzistentnú komunikáciu.



2. PILIER NA ZÍSKANIE FINANČNÝCH PROSTRIEDKOV

Personalizovaný prístup s cieľom vytvorenia jasného prepojenia na konkrétny dopad prispievateľa.



1. Brand Ladder & Kreatívna Platforma

Consumer Insight

Strácam pocit bezpečia, sebavedomia a cítim sa sám.

Brand Purpose

Šíriť osvetu o duševných poruchách, spôsobu pomoci a ich prekonania.

Functional Benefit

Bezplatná a okamžitá psychologická pomoc prostredníctvom renomovaných psychológov a psychologičiek pri zabezpečení plnej anonymity.

Emotional Benefit

Pocit bezpečia, úľavy; inšpirácia a motivácia.

Reason to Believe

Dlhodobá spolupráca s organizáciou IPčko. opakované finančné zbierky na podporu duševného zdravia.

Archetype: HERO

Inšpiruje k odvahe prostredníctvom prekonávania nepriazni osudu. Je to hrdina s ľudskou tvárou.



Name of Creative Idea:

Buď Hrdinom Príbehu!

Narrative:

Pozitívne dramatizovanie momentu využitia psychologickej pomoci. Následné vyzdvihnutie dosiahnutia duševnej pohody.

Tone of voice:

Sebavedomý, povzbudzujúci, inšpirujúci, ukazujúci cestu k lepšej budúcnosti.

Consumer Take Outs:

Som inšpirovaný/á byť odvážny/a, pretože cítim, že dokážem situáciu ovplyvniť.



1. Integrovaná kampaň „Bud' Hrdinom Príbehu“



- Nová **TV Image kampaň ako launch kreatívnej platformy**
- Dôraz na pozitívne dramatizovanie momentu využitia psychologickéj pomoci v Káčku a následná oslava duševnej pohody.
- **Consumer Take-Out:**
 - TV JOJ ma inšpiruje zaujímať sa o duševné zdravie – či už o to svoje alebo o zdravie iných.
 - Som hrdinom príbehu = som inšpirovaný(-á) zlepšiť svoju situáciu a vďaka Nadácii TV JOJ vyhľadať pomoc /som inšpirovaný(-á) byť hrdinom v príbehu niekoho iného a cez Nadáciu TV JOJ pomôcť.

Dodatočné nástroje na podporu budovania awareness:

- Digitálna kampaň a využitie influencerov s výraznejším zameraním na cieľovú skupinu do 40 rokov.
- Rádio a podcast kampaň s kvalitatívnym spracovaním témy.
- V oboch kanáloch využitie spolupráce s relevantnými partnermi dlhodobejšie aktívnymi v danej oblasti: IPčko, podcast Nevyhorení, Polícia SR (kvôli narastajúcemu množstvu samovrážd).
- OOH kampaň v rámci celého Slovenska

PR STUNT – „TV JOJ Safe space“ eventová zóna.

- Festivaly / viacdňové eventy s vysokou koncentráciou ľudí z cieľovej skupiny (Pohoda, Lovestream...)
- Prečo?** Priamo prostredníctvom pop-up zón budujeme awareness o prepojení TV JOJ a duševného zdravia – a to tak, že si **pocit duševnej pohody budú môcť návštevníci vyskúšať na vlastnej koži**. A byť hrdinom svojej pohody aj na festivale.

TV JOJ Safe space exekúcia:

Oddychové miesto

- Pre oddych, pokojnú konverzáciu, **dobíť energie**.

Vaše Káčko na evente

- Môžete sa o svojom probléme poradiť **priamo v zóne so psychológom/ psychologičkou**.

Vypíšte sa z toho

- Máte toho **veľa na srdci, no nie ste ešte pripravení o tom rozprávať**? Nevadí! Hrdinom svojho príbehu môžete byť aj napriek tomu. Vypíšte sa anonymne zo svojej situácie.



2. Bud' hrdinom v príbehu niekoho iného

IDEA: Pozvite ľudí, aby boli **HRDINAMI**. Aby aj oni menili svet **S VAMI!**

Aplikácia/Web pre prispievateľov:

- **Show Impact** – konkrétny človek s príbehom, ktorému daný príspevok pomohol (pre zabezpečenie anonymity vizualizácia cez avatara s vymysleným menom).
- **Príklad:** Váš príspevok putoval do centra Káčko v Banskej Bystrici, kde sme spolu s vami a organizáciou IPčko pomohli Laure (23r) prekonať jej ťažké obdobie s depresiou. Ďakujeme, že môžeme meniť svet S VAMI!

Spôsoby podpory:

- **Mesačný príspevok** s výzvou k nastaveniu trvalého príkazu = pravidelné prispievanie menšou čiastkou.
- **Špecifická pomoc** na podporu duševného zdravia v prípade výnimočnej udalosti (napr. podpora zabezpečenia psychológov/psychologičiek na hraniciach s Ukrajinou) – výzva cez notifikáciu v aplikácii/mailom.



2. Launch event aplikácie

IDEA: ABY VŠETCI VEDELI, AKO SA MÔŽU STAŤ HRDINOM PRÍBEHU, zorganizujeme **event** s online streamingom pod záštitou Nadácie TV JOJ a jej iniciatívy.

Exekúcia:

- Formou natáčania v štúdiu ala „**TED Talk**“.
- **Prednášajúci:** Odborníci z odvetvia psychológie, partneri dlhodobo aktívni v danej problematike a tiež reálni ľudia ochotní zdieľať svoje príbehy prekonania ťažšieho obdobia v živote.
- Hlavný bod programu: „**Krst**“ **novej aplikácie** pre podporu duševného zdravia.
- Linka pomoci počas eventu.

Prečo live streaming?

- Pre maximalizáciu zásahu oslovených ľudí
- Zásah naprieč celým Slovenskom, nie len v mieste konania eventu
- Podujatie zdieľané na stránkach partnerov, lpčka aj pozvaných influencerov

KEDY? Predsa 10.10.2023 na Svetový deň duševného zdravia!

CIELE

- 1.) Zvýšenie povedomia o prepojení brandu TV JOJ a podpory duševného zdravia.
- 2.) Navýšenie množstva príspevkov pre nadáciu.

KPIs:

- **Impact KPI:**
 - Zvýšenie povedomia TV JOJ ako o subjekte angažujúcom sa v oblasti podpory duševného zdravia v porovnaní s aktuálnou situáciou o 10% na konci Q3 2024.
- **Execution Quality KPIs:**
 - Mediálny zásah na úrovni 75% z cieľovej skupiny
 - Xy% navýšenie množstva príspevkov pre nadáciu
 - Nárast návštevností stránky nadácie o xy % vs. LY
- **Efficiency KPIs:**
 - Priemerný náklad na zasiahnutie tisíc ľudí pod benchmarkom pre daný segment
 - Cost per click na web nadácie pod benchmarkom pre daný segment

BUDGET

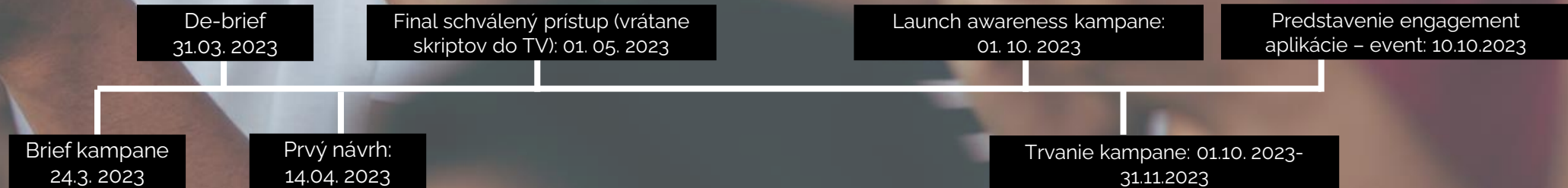
Execution TOTAL: 317 000€

- TV produkcia: 200 000€
- DIGI produkcia: 10 000€
- Fee influenceri: 15 000€
- Podcasty: 5 000€
- PR: 2 000€
- OOH: 5 000€
- Zóna eventy + fee festivaly: 40 000€
- Tvorba aplikácie + launch event na jej promo: 40 000€

Média TOTAL: 64 000€

- DIGI: 50 000€
- PR: 4 000€
- OOH: 10 000€
- TV + podcasty + streaming: interné zdroje skupiny TV JOJ

TIMING



Zhrnutie

ŽIJEME **S VAMI**
BAVÍME **S VAMI**
SNÍVAME **S VAMI**
HRDINOVIA **S VAMI**

BUĎ **HRDINOM**
PRÍBEHU!

BUDOVANIE
AWARENESS &
KREDIBILITY

-
Kreatívna
platforma

1. Pilier

ZÍSKAVANIE
FINANČNÝCH
PROSTRIEDKOV

-
Personalizovaný
prístup

2. Pilier

Ste aj **VY** pripravení stať sa **HRDINAMI** PRÍBEHU?

