

#rešpekt



**Ticho, ktoré rezonuje**



# Zhrnutie

## Brief

Telekom už dlhodobo zbiera staré/nepoužívané/pokazené telefóny, no mnoho ľudí o tomto projekte nevie. Tento rok navyše **vyzbierané telefóny poputujú tým, ktorí ich najviac potrebujú**. Cieľom je dostať tento projekt do povedomia ľudí inovatívnou komunikačnou kampaňou a mediálnou stratégiou.

## Insight

Vo svete moderných technológií môžeme komunikovať kedykoľvek a s kýmkoľvek. Všetci však túto možnosť nemajú – nepočujúci/sluchovo znevýhodnení. Podobne ako naše staré telefóny, zažívajú **nemé ticho šuflíka**, tak aj nepočujúci prežívajú každý deň v tichosti. Pracujeme s myšlienkou, že na to, aby človek konal potrebuje **silný príbeh, ktorý si zažije na vlastnej koži**.

## Idea & exekúcia

Na krátku chvíľu spravíme z **počujúcich ľudí nepočujúcich**, aby sa vedeli vcítiť do ľudí, ktorí nemali také šťastie ako oni a budeme ich týmto spôsobom **motivovať, aby darovali svoj telefón**, ktorý im leží v šuflíku a ten tak mohol po menšej úprave slúžiť ďalej práve **Asociácii Nepočujúcich Slovenska**.

Spojíme sa s ANEPS a pripravíme v prvej fáze komunikáciu naprieč **tradičnými médiami netradičným spôsobom**, teda aspoň pre nás privilegovaných, počujúcich, zistíme aké to je keď sa dáme **#onmute**.

Následne v udržiavacej fáze kampane **sa dáme #loud** a budeme stavať na počiatočnom **buzze** vytvorenom v kick off fáze a zvoleným relevantným mediámixom sa budeme s aktivitou pripomínať a zároveň edukovať CS.

# Kick off – "ON MUTE"



Na vytvorenie "BUZZ-u" okolo kampane využijeme tradičné médiá netrاديčným spôsobom. U zdravých ľudí vytvoríme na chvíľu pocit "hluchoty" na vlastnej koži, aby sa vedeli stotožniť s nepočujúcimi. V rámci každého media typu odkomunikujeme aj Telekom recykláciu mobilných telefónov, ktoré následne poputujú práve ľuďom so sluchovým znevýhodnením.

## Interaktívne CLV plochy: #komunikácia bez slov



Pred pobočky (a na vybrané miesta) umiestníme digitálny citylight, prostredníctvom ktorého budú môcť spolu ľudia komunikovať na diaľku, ale BEZ ZVUKU.

Citylighty budú vybavené interaktívnymi prvkami, ktoré budú ľuďom pomáhať komunikovať práve prostredníctvom znakovkej reči - tým zbúrame komunikačnú bariéru a podporíme myšlienku kampane "komunikácie bez slov".

Na CLV paneli bude tiež zobrazený message, ktorý bude nabádať ľudí k odovzdaniu nepoužívaných mobilných telefónov na najbližšej Telekom pobočke. Message bude doplnený o QR kód s odkazom na kampaňovú Landing page.

## Rádio aha-efekt: #spot na ticho



Pripravíme netrاديčným rádio spot, v ktorom bude prevládať ticho - prekvapivý element bude prerušený zvukovým voice overom s odkazom kampane.

V odkaze budeme zároveň nabádať k odovzdaniu nepoužívaných telefónov na najbližšej pobočke.

## Kino aha-efekt: #neohluchli sme?



V rámci kick off fázy kampane pripravíme aha-efekt s využitím ticha aj v kinosálach naprieč celým Slovenskom. Pripravíme špeciálny kampaňový "trailer", ktorý bude bez zvuku prehrávaný pred vybraným filmom.

V závere tohto traileru príde zvuková stopa s odkazom kampane a tiež nabádaním na odovzdanie telefónov na pobočke.

## Distribúcia kick-off časti kampane:

1) Soc. media podpora - Influenceri



Miss deaf  
(16,7K)



Simona  
(174K)



Bekim  
(177K)

2) PR + natívne články



3) Bannerová kampaň



# Udržiavacia “LOUD” fáza

Mlčanie z kick-off fázy prerušíme. Budeme sa veľa rozprávať, edukovať a tiež búrať mýty o nepočujúcich. Zároveň budeme hovoriť o dôležitosti recyklácie mobilných telefónov s cieľom darovať ich niekomu, kto ich naozaj potrebuje. V tomto prípade by šlo o sluchovo postihnutých. Klienta Telekom budeme v rámci komunikácie profilovať ako spoločensky zodpovedného.

## **ONLINE mediálna podpora:**

---

V dlhodobej komunikácii budeme používateľom pripomínať kampaňový message prostredníctvom výkonnostných online formátov.

### **1) Sociálne siete (posty, storky, reelska)**

Využijeme silu sociálnych sietí ambasádorov #rešpekt kampane a tiež miss deaf Renáty Majerčákovej.

### **2) Článkové formáty (PR, native)**

Pripomínať sa budeme aj na najčítanejších slovenských portáloch + budeme edukovať ohľadne soc. problematika.

## **OFFLINE mediálna podpora:**

---

Pripomínať sa budeme aj v offline prostredí. Využijeme na to dostupné kanály:

### **1) Edukatívne PR vstupy v Teleráne**

### **2) Direct SMS**

### **3) POP display na pobočkách**

# Ako budeme motivovať ľudí?

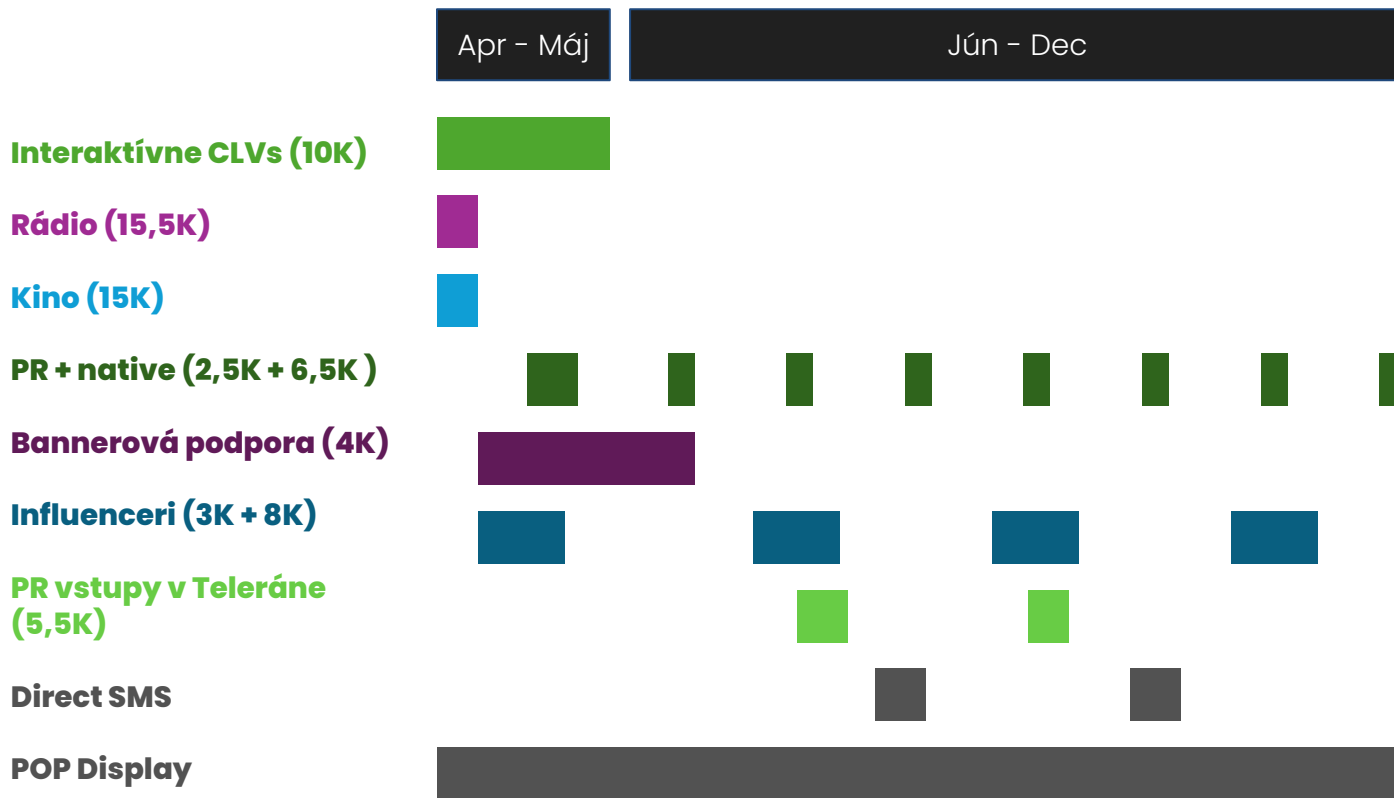
Okrem silného sociálneho aspektu kampane budeme stavať aj na fakte, že Slováci majú radi veci zadarmo.

Za každý odovzdaný telefón Telekom odmení ľudí balíkom dát/vol'ných minút zadarmo - **aby sme sa viac počuli.**

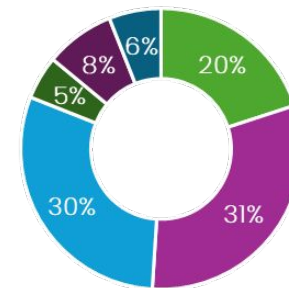
Okrem toho dostanú darčekový "token" ako napr. odznak asociácie. Jeho nosením sa aj oni stanú ambasádormi myšlienky a správa sa tak organicky dostane k širšiemu publiku.



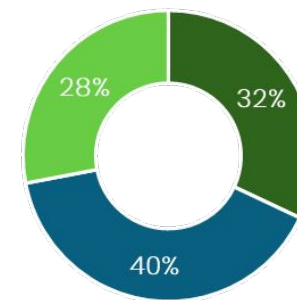
# Timeline a media mix



Kick off fáza



Udržiavacia fáza





**#rešpekt**  
Pre všetko, čo nás spája