

Odložený dobrý skutok

Insight

Ľudia majú použité telefóny stále v domácnostiach.
**Najčastejšie sú ale odložené v “bordel” krabiciach,
ktoré už roky neotvorili.** Pritom každý darovaný starý mobil
môže niekomu pomôcť.

Idea

V našej kampani im teda povieme, aby dobré skutky neodkladali, ale robili ich práve teraz. Ako médium využijeme práve ikonické krabice od topánok so starými mobilnými telefónmi. Nápis na nich bude “Odložený dobrý skutok”



Idea

1. fáza:

Krabice **rozpošleme influencerom**. Keď ich otvoria, dočítajú sa:

“Aj tvoj odložený starý telefón môže poslúžiť niekomu, kto ho potrebuje. Neodkladaj dobré skutky do krabice od topánok. Dones svoj starý mobil ešte dnes na predajňu Telekom a my sa postaráme o zvyšok.”

Idea

2. fáza:

Krabice umiestnime **do obchodného domu IKEA.** Návštevníkov prekvapia priamo v set-upoch miestností, ktoré ich majú inšpirovať v zariadovaní vlastného bývania. Keď pri návšteve Ikea na konferenčnom stolíku či na polici nájdú krabicu so starými telefónmi a nabíjačkami, prirodzene ich to zaujme a podnieti k tomu, aby sa dozvedeli viac.

Idea

3. fáza:

V relácii **Nové bývanie** využijeme **kreatívny product placement** a našu krabicu s odloženými telefónmi umiestnime do jednej z ponúkaných domácností. Moderátor na ňu počas obhliadky bytu upozorní a následne sa téme bude venovať v komerčnej časti relácie, ktorá nasleduje vždy po ponukách.

O našich aktivitách napíšu mienkotvorné médiá, ktoré **zdieľajú hodnoty značky Telekom aj hodnoty social responsibility.**

INFLUENCERI a MÉDIÁ

@milan_bez_mapy



@jankatopanka



@natinstablog



SME



refresher™

TIMELINE

Lauch fáza 4. mája - 31. máj		Awareness fáza 31. máj - 31. decembra	
Biznis cieľ:	Vybrať staré telefóny		
Komunikačný cieľ:	Build attention and	Increase awareness	Evoke action
Kanály:	Facebook, Instagram, LinkedIn	PR stunt Ikea, Influencerské kanály, PR média, Microsite, nálepky	FB a IG edukácia, počet odovzdaných telefónov, Influencerské ankety, lead ads
Media budget:	30 000 eur		20 000 eur
Sledované metriky:	reach a engagement, impressions, microsite visits		Impression, views, CMP, website visits, click leads, brand re-call.

Prečo kampaň funguje:

Využívame netradičné, zapamätateľné médium, ktoré každý dôverne pozná. Komunikácia vyzýva na okamžitú, priamu akciu - Neodkladajte, urobte to ešte dnes.

**#Rešpekt všetkým,
ktorí neodkladajú
dobré skutky**

