



Podľa štatistík za posledné 3 roky chýba na Slovensku až takmer 3 000 učiteľov, mladí ľudia nechcú učiť kvôli nízkym platovým podmienkam a strachu z nedostatku skúseností.

Insight

## Challenge

Ako motivovať mladých ľudí, aby nezanevreli na prácu učiteľa a prihlásili sa do programu, ktorý im dodá po škole prax, skúsenosti a adekvátne odmenu?

# idea

“ Kto iný vie lepšie,  
aký by mal byť učiteľ,  
ako samotné deti. ”

Deti potrebujú po svojom boku mladých a talentovaných učiteľov pre svoj rozvoj.  
Ukážeme, že **učiť je povolanie aj poslanie**, ktoré môže vykonávať každý, kto má dobré srdce,  
vzťah k deťom a skončenú VŠ. Nejde však o žiadne dobrovoľníctvo, ale kvalitne zaplatený full-time job.

# riešenie

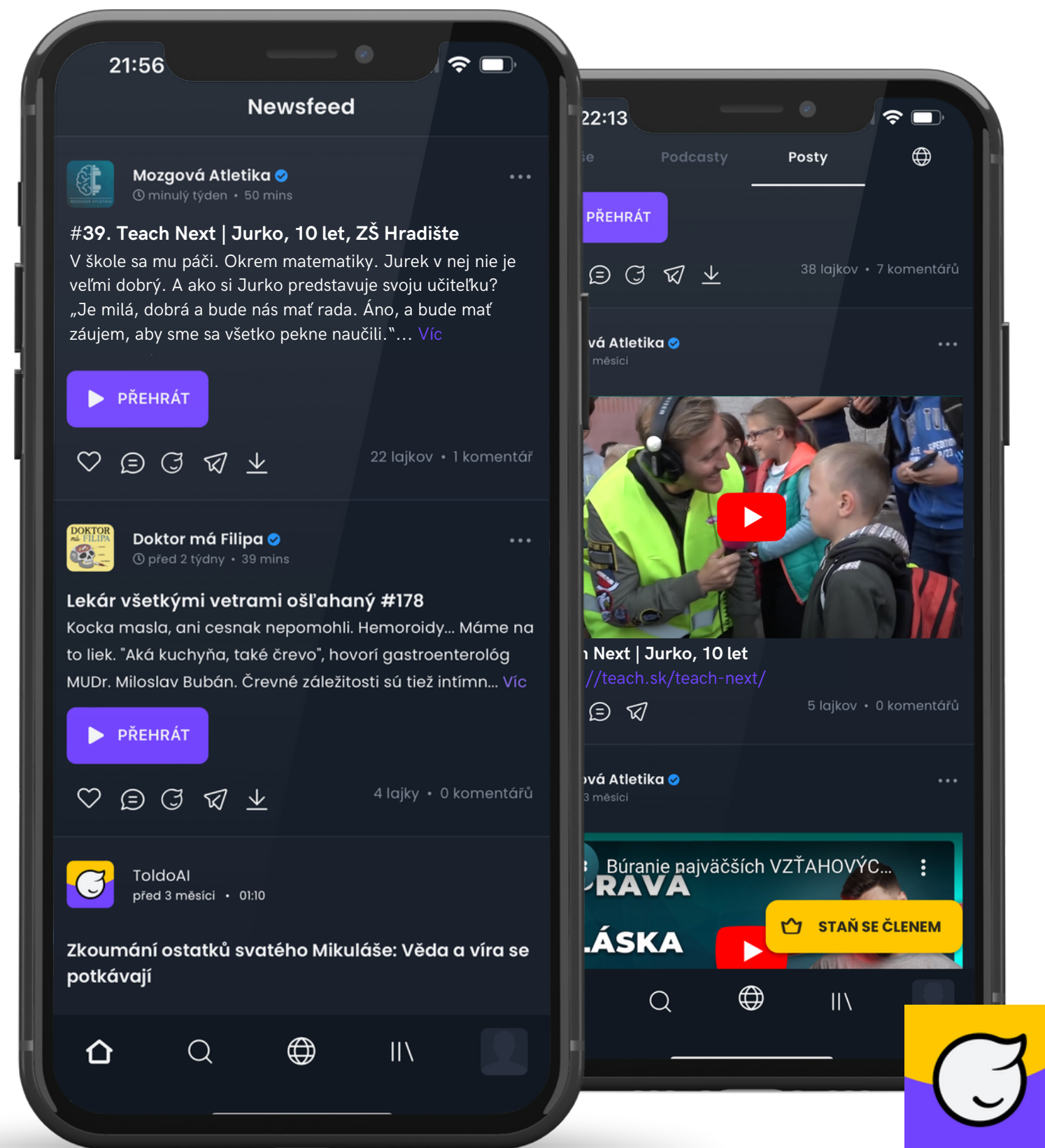
Podcasty teraz počúva takmer každý, a preto budú **hostami podcastu samotné deti**, žiaci základných škôl.

Spojíme Teach Next s **podcasterskou sociálnou sieťou TOLDO**. Vďaka registrovaným používateľom dokážeme obsah dobre zacieliť podľa veku a záujmu odberateľov.

Do vybraných podcastov so študijnou tematikou (napr.: Mozgová atletika) budeme vkladať epizódy so **žiakmi**, v ktorých budeme diskutovať o ich školskom živote a ako by si predstavovali svojho vysnívaneého učiteľa (učiteľov).

**Využitím existujúcich podcastov oslovíme širokú základňu divákov.**

Na konci podcastu deti vyzvú budúcich absolventov a absolventky vysokých škôl, aby sa zaregistrovali na stránke.



# riešenie

# 02

V rámci komunikácie využijeme **2 influencerov**, ktorí sú relevantní pre našu cieľovku.



**Sandra Svitekova**  
IG: @dejepisinak  
94,6k followers

Vždy chcela byť učiteľkou, no kvôli slovenským učiteľským platom bola nútená ísť pracovať za hranice ako predavačka v potravinách. Práve ona by mohla byť motivátorkou pre mladých ľudí, že práca v školstve nemusí byť vďaka programu podradná a nedostatočne hodnotená.



**Matej Cifra**  
IG: @sajfa  
341k followers

Je spolumajiteľom už spomínaného TOLDO, no môžeme ho využiť aj ako influencera, či už v rámci podcastov, alebo pre obsah na sociálne siete, kde by mohol vo svojom mene vystupovať napr. v študentských skupinách, vďaka čomu by sme vedeli za málo peňazí osloviť skutočne veľké množstvo študentov.

# riešenie

Kampaňová stratégia bude doplnená kombináciou sociálnych sietí, **Instagram a TikTok**, kde použijeme **Lead Ads**.

Aby sme sériu podcastov prepojili, budeme na sociálnych sieťach komunikovať aj **príbehy detí** a **časti vodcastov** použijeme ako video upútavky.

Vo vizuáloch budeme pracovať s komunikačnými rozdielmi medzi **Generáciou Z a Mileniálmi**, no vždy poukážeme na to, že učitelia deťom rozumejú bez ohľadu na vek.



# prečo to funguje?

## nová digitálna platforma

Presunieme sa na sociálnu sieť podcasterov TOLDO, kde komunita stále rastie.

## zapojenie používateľov

Z verejných zdrojov vieme, že počet poslucháčov podcastov na Slovensku v roku 2023 presiahol počet 1 milión.

## jednoduché cielenie

Vďaka údajom z profilov používateľov na TOLDO môžeme kampaň jasne zacieliť na potenciálnych kandidátov.

## využitie komunity

Počúvanie podcastov sa stalo trendom. Zapojením rozhovorov do existujúcich podcastov nebudeme musieť vytvárať novú používateľskú základňu.

d'aku-  
jeme