**Zhrnutie**

Slovensko je jednou z desiatich európskych krajín, ktoré podporujú kampaň za vzdelávanie v krízových krajinách. Cieľom je osloviť rovesníkov detí z týchto krajín kampaňovými posolstvami. Vďaka úspešnej spolupráci s ambasádorom Jarom Bekrom a s refresher.sk sa darí kampaň úspešne šíriť. Dva mesiace pred jej ukončením sme dosiahli stanovené ciele na sociálnych sieťach. Dokument z cesty na Ukrajine – jadro kampane - ocenili aj globálni zadávatelia kampane, ktorí ambasádora pozvali na záverečný event v Bruseli.

**Výzva a cieľ**

Slovenské deti berú školu ako samozrejmosť. V krízových krajinách, akou je Ukrajina, však táto škola zachraňuje život. Rozhodli sme sa preto ísť cestou komplexnej edukatívnej kampane, ktorá by donútila mladých ľudí (13 – 25 rokov) zamyslieť sa nad touto problematikou. Nejde však o tému, ktorá by bola pre nich sama o sebe atraktívna, museli sme preto vymyslieť nástroje a cesty, ako ich osloviť a vzbudiť záujem zdieľať tento obsah ďalej. Globálne sa pripravovali len videá z krízových oblastí, stratégia a kreatíva bola na lokálnych tvorcoch.

**Strategia a plan**

Ukrajina a Slovensko sú susedia, no už sa o konflikte na východe takmer nehovorí. Stáli sme preto pred problémom, ako tému zaktuálniť. Medzi top médiá pre millenials patrí refresher.sk, logickým krokom bolo spojiť sa s touto značkou. Ako ambasádora sme vybrali Jara Bekra, ktorý má potenciál osloviť nielen mladých, ale z pozície otca aj širšiu cieľovú skupinu. Kampaň stojí na pravidelnom zverejňovaní videí, ktoré porovnávajú situáciu u nás a v krízou postihnutých krajinách. Zároveň sme v rámci kampane navštívili Ukrajinu a pripravili obsah pre lokálnu slovenskú kampaň.

**Realizácia**

1. Globálna kampaň

Pre kampaň sa raz mesačne pripravujú videá z krízových krajín, ktoré sú rovnaké pre všetky zapojené európske krajiny. Zároveň sa k rovnakej téme vyjadril slovenský ambasádor. Na tieto videá sme každý mesiac naviazali článok na refresher.sk, ďalšiu medializáciu aj platenú podporu na Facebooku.

1. Lokálna kampaň

Lokálna kampaň sa začala cestou na východ Ukrajiny, počas ktorej postovali na sociálnych sieťach nielen Jaro Bekr a refresher.sk, ale aj UNICEF Slovensko. Na ceste sa zúčastnila aj TV Markíza.

Z cesty vznikol krátky sedemminútový dokument s komentárom Jara Bekra (<https://www.facebook.com/UnicefSlovensko/videos/1233980536653128/>). Tento dokument je určený pre kampaň na Facebooku, kde bude kampaň prebiehať do začiatku decembra, aj pre premietanie priamo na školách.

K lokálnej kampani sme pripravili aj neformálne stretnutie pre médiá, na ktorom sme launchovali video. Z cesty pripravovali reportáže refresher.sk aj TV Markíza. Na podporu videa sme využili médiá aj VIP osobnosti.

1. Ďalšie aktivity

Kampaň je súčasťou ďalších aktivít pripravovaných na školách priamo so študentmi.

**Výsledky**

Cieľom kampane je zasiahnuť do konca decembra na sociálnych sieťach 900 000 ľudí. V polovici októbra mala kampaň zásah vyše 830 000 ľudí.

Výsledky kampane k dokumentu z cesty na Ukrajine za prvých 10 dní:

* Reach videa: 157 050 ľudí; 1/3 organický zásah
* Video dosiahlo takmer 47-tisíc unikátnych videní
* Video dosiahlo 62 612 videní celkovo
* engagement dosiahol 712

Celkovo ku kampani vyšlo v médiách doteraz takmer 40 mediálnych výstupov. Ku každej aktivite pripravil samostatný výstup aj refresher.sk, tieto výstupy dosahujú niekoľkotisícovú čítanosť aj vysoký reach na Facebooku.

**Prílohy**

Video

Fotografie