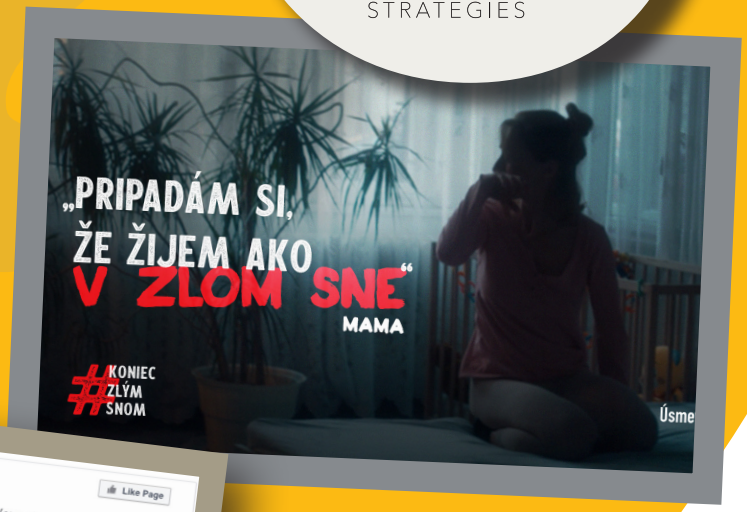
Úsmev ako dar – Koniec zlým snom

Úsmev ako dar

Pre klienta Úsmev ako dar sme zrealizovali PR časť kampane #KoniecZlýmSnom. Vďaka úspešnej zbierke sa nám podarilo pomôcť rodinám ohrozeným stratou zamestnania a tým aj bývania následkom Covid-19. Už počas prvého mesiaca sa vyzbieralo viac, ako bola želaná cieľová suma. Zároveň sme upozornili na akútny problém rodín v núdzi, ktorým môže hroziť až odobratie detí. Kampaň odštartovala na Deň rodiny a podporila ju prezidentka spolu s množstvom známych tvárí.



VÝZVA A CIEĽ

V súvislosti s pandémiou sa zaviedli prísne opatrenia, ktoré negatívne ovplyvnili najmä rodiny v hmotnej núdzi. Spolu s Úsmevom ako dar a Respectom APP sme odštartovali verejnú zbierku Koniec zlým snom, ktorá upozorňovala na riziko, že ak sa týmto rodinám nepomôže, môže dôjsť až k naplneniu najhoršieho zlého sna každého rodiča – vyňatiu detí z týchto rodín. Našou úlohou bolo citlivo komunikovať naliehavosť problému v situácii, kedy v spoločnosti panovala obrovská neistota.

SK PR STRATEGIES

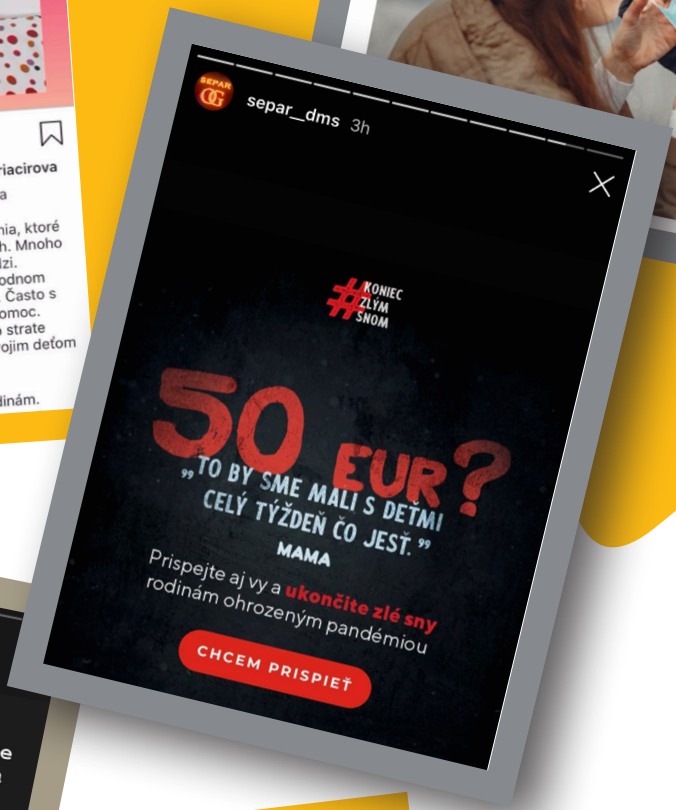
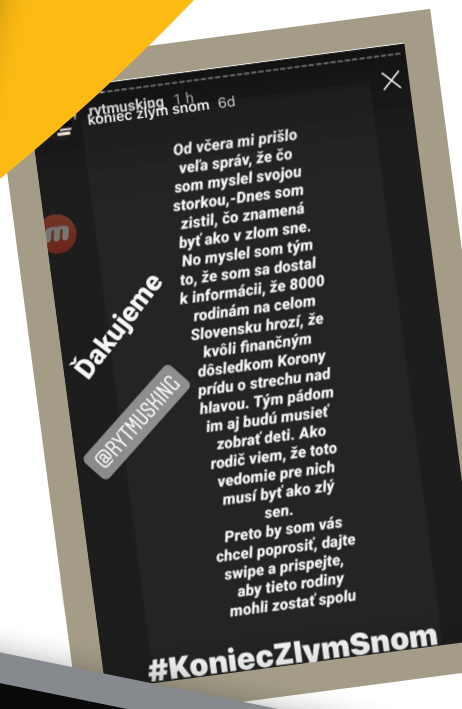
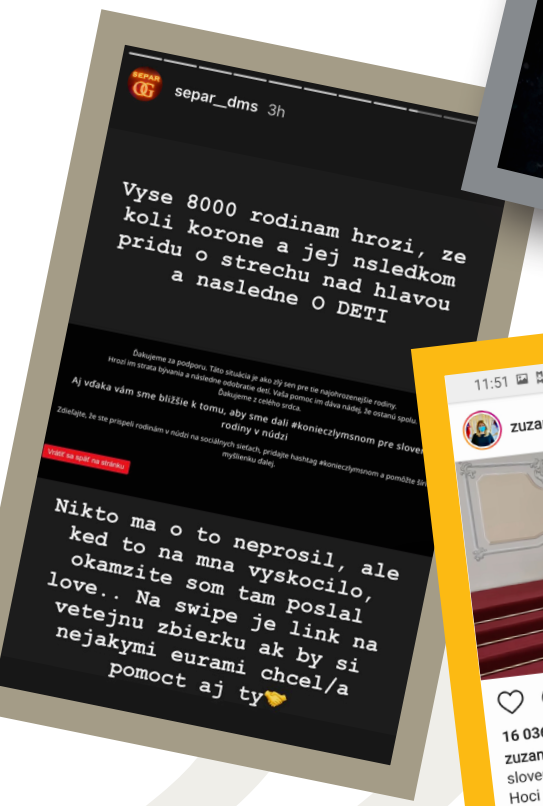
STRATÉGIA A PLÁN

Realizovať zbierku čisto v online je výzva sama o sebe, preto sme komunikáciu stavali na ľuďoch a ich stavili na ich schopnosť vcítiť sa do kože iného. Našou stratégiou bolo zapojiť osobnosti s veľkým dosahom na sociálnych sieťach a tízingom v online upútať pozornosť, aby sme následne prostredníctvom cielených media relations rozbalili všetky dôležité informácie na širokú verejnosť. Postupne sme do komunikácie pridávali konkrétne príbehy ľudí, ktorým bola pomoc určená, ktoré dali zbierke osobný rozmer.

REALIZÁCIA

Projekt sme realizovali vo viacerých komunikačných vlnách. Zamerali sme sa na prípravu kvalitných PR podkladov, ktoré boli prispôsobené pre potreby jednotlivých typov médií. Zároveň sme pracovali na oslovovaní novinárov, ktorí by danú problematiku spracovali do hĺbky.
Pre médiá tiež boli veľmi zaujímavé informácie o tom, že sa do kampane zapojilo veľké množstvo významných osobností a influencerov, ktorí natáčali videá, stories, vyzývali na zapojenie sa do zbierky. Samostatnú časť tvolila komunikácia dražby umeleckých diel, výťažok z ktorej putoval na účely zbierky. Po úspešnom ukončení zbierky však prišla druhá vlha koronakrízy a preto sme zbierku opäť oživili aj spolu s príbehmi a zapojenými osobnosťami ako profesor Krčméry. Jej lightmotívom bolo: Nečakajte na Vianoce, aby ste niekomu urobili radosť. Sú rodiny, ktoré potrebujú pomoc hneď.

VÝSLEDKY

Naším cieľom bolo vyzbierať 20 000 eur a už po prvom mesiac sa nám podarilo zmobilizovať verejnosť tak, že sme vyzbierali 34 423 eur. Úsmev ako dar vďaka tomu dokázal pomôcť až 784 rodinám, ktoré sa pre pandémiu ocitli v absolútnej núdzi. Aj v tomto období plnom neistoty, ako pandémiu zvládneme a prežijeme sa vďaka komunikácii podarilo osloviť ľudí, zaujať ich a inšpirovať k pomoci druhým. Lebo všetci sme zistili, ČO ZNAMENÁ, BYŤ AKO V ZLOM SNE.

SK PR STRATEGIES