

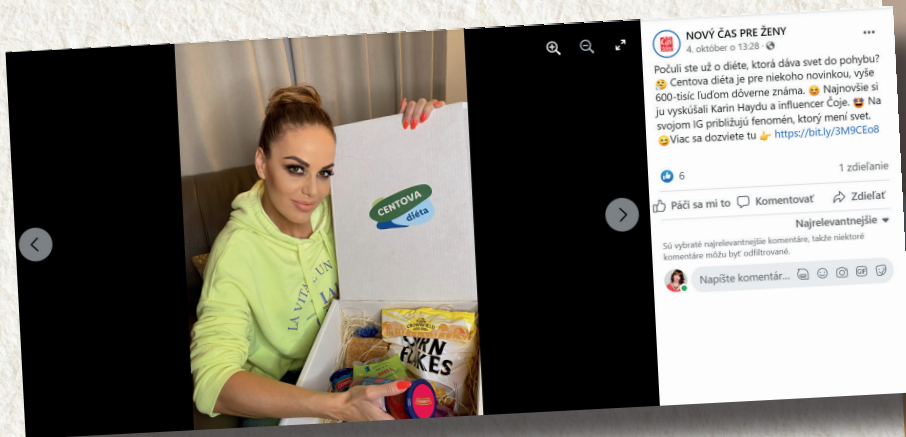
Podel' sa a pomôž

Centova diéta

NA CESTE
K LEPŠIEMU
ZAJTRAJKU

www.spolocenskazodpovednost.sk

Paradoxom dnešnej doby je, že kým na scéne sa každú chvíľu objavujú nové zázračné diéty, viac ako 600-tisíc Slovákov drží diétu nedobrovoľne. Ľuďom na hranici chudoby často chýba to najzákladnejšie - vyvážená a najmä pestrá strava. Preto vytvoril Lidl potravinovú zbierku Podel' sa a pomôž, ktorá je všetkých 160-tich predajniach. Aby sme pritiahli pozornosť na problém, predstavili sme nezmyselnú diétu s názvom Centova diéta, ktorej základom je konzumácia výlučne lacných základných potravín s dlhou dobou trvanlivosti, a nechali sme influencerov vyskúšať si ju na vlastnej koži.

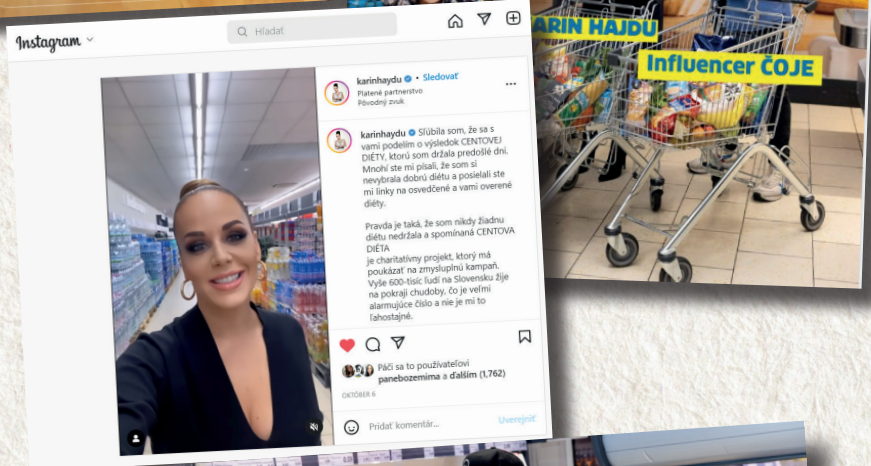


Výzva a cieľ

Zbierka Podel' sa a pomôž vznikla s cieľom pomôcť ľuďom v núdzi. Stačí odovzdať potraviny do špeciálne označeného koša v akejkoľvek Lidl predajni a diskont už produkty doručí tam, kde to najviac potrebujú. 96-tim neziskovým organizáciám naprieč Slovenskom. Spoločnosť projekt dlhodobo komunikuje priamo v obchodoch. Problém však je, že v záplave cenoviek a akciových plagátov, ľahko unikne pozornosti zákazníkov. Cieľom preto bolo pritiahnúť pozornosť verejnosti na často prehliadaný problém príjmovej chudoby a zároveň motivovať, čo najviac ľudí do zbierky prispieť.

Stratégia a plán

Paleo diéta, Keto diéta, či krabičková. O zázračné diéty sľubujúce rýchle výsledky nie je núdza. Priznajme si, nejeden z nás im prepadol. Rozhodli sme sa využiť tento fenomén v náš prospech. Vytvorili sme nezmyselnú diétu s názvom CENTOVA DIÉTA. Jej základom je konzumácia výlučne lacných potravín s dlhou dobou trvanlivosti, teda potravín, na ktoré sú odkázaní ľudia na hranici chudoby. Na nezmyselnosť diéty sme sa rozhodli poukázať cez influencerov. V momente, keď sme získali pozornosť verejnosti - prišli sme s rozuzlením - až 600 000 Slovákov drží túto diétu NEDOBROVOĽNE.

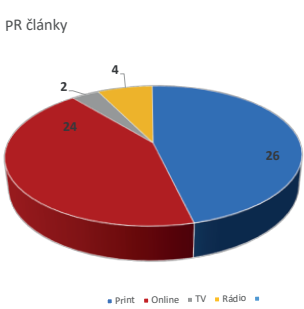


Realizácia

Ako zabezpečiť, aby sa verejnosť a médiá dozvedeli o Centovej diéte? Pod rúškom tajomstva sme začali šíriť informácie o Centovej diéte na sociálnych sieťach. Vytvorili sme dokonca fiktívnu definíciu našej „záračnej“ metódy. Herečka Karin Haydu a foodblogger Daniel Feranec (známy ako Čo je Bratislava), predstavili svojim fanúšikom novú diétu, ktorú sa rozhodli podstúpiť. V rámci unboxingu balíčka vysvetlili, že diéta pozostáva z lacných a stále sa opakujúcich jedál. Jej zloženie je síce trochu neobvyklé, ale vraj túto diétu držia celé rodiny, tak prečo to neskúsiť. 1. - 3. deň pôsobili influenceri odhodlane. Jedlá boli síce trochu jednoduchšie a bez tvaru, ale oni sa rozhodli vydržať. Počiatočné nadšenie postupne vystriedala skepsa. Karin aj Dano postupne priznali, že takto jednoducho sa stravovať nedokážu. Fanúšikovia na sociálnych sieťach od počiatku vášnivo reagovali a zároveň ich odhovárali od nezdravej diéty. Na 4. deň prišlo veľké odhalenie podstaty diéty a jej pozadia. Aby sa o rozuzlení dozvedelo, čo najviac ľudí, zorganizovali sme intenzívny médiá briefing priamo v jednej z Lidl predajní a pozvali aj našich influencerov, ktorí diétu podstúpili.



Dosiahnuté výsledky



Výsledky

Centova diéta neunikla pozornosti mienkotvorných médií. Cieľovou komunikáciou sme dosiahli 56 spontánnych výstupov vrátane televízie s hodnotou takmer 210 000 € a celkový reach viac ako 50 miliónov. Na sociálnych sieťach sme prostredníctvom influencerov zasiahli takmer 1,4 milióna užívateľov. No dôležitejšie ako čísla, sú príbehy za nimi. Aktivita upozornila na problémy tých, ktorí často zostávajú zabudnutí a inšpirovala stovky ľudí, aby pomohli. Aj vďaka Centovej diéte presiahla suma vyzbieraných potravín v rámci projektu Podel sa pomôž na konci roka jeden a pol milióna EUR.

