

DETI V NÚDZI MUSÍ BYŤ VIDIEŤ

SK
PR

STRATEGIES



MOJE DIETĀ
NEMUSÍ BYŤ VIDIEŤ.

DETI V NÚDZI ÁNO.



Všimnite si ich aj
na [usmev.sk/pod](https://www.usmev.sk/pod)



DETI V NÚDZI
MUSÍ BYŤ VIDIEŤ.



DETI V NÚDZI
MUSÍ BYŤ VIDIEŤ.



DETI V NÚDZI ÁNO.



DETI V NÚDZI
MUSÍ BYŤ VIDIEŤ.



MOJE DIETĀ
NEMUSÍ BYŤ VIDIEŤ.



DETI V NÚDZI ÁNO.



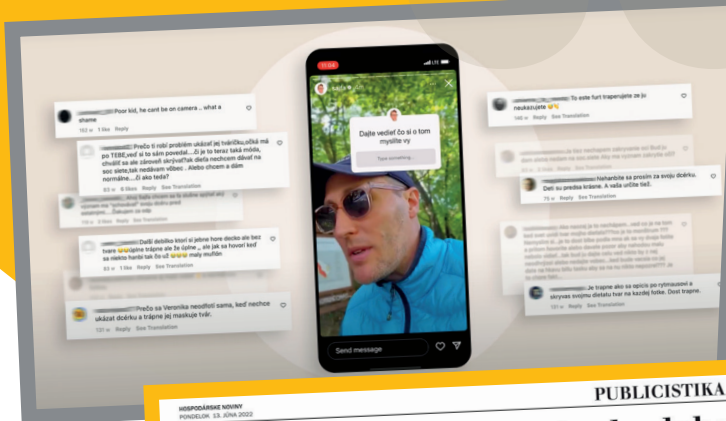
Úsmev ako

aby rod
zostala

SK
PR

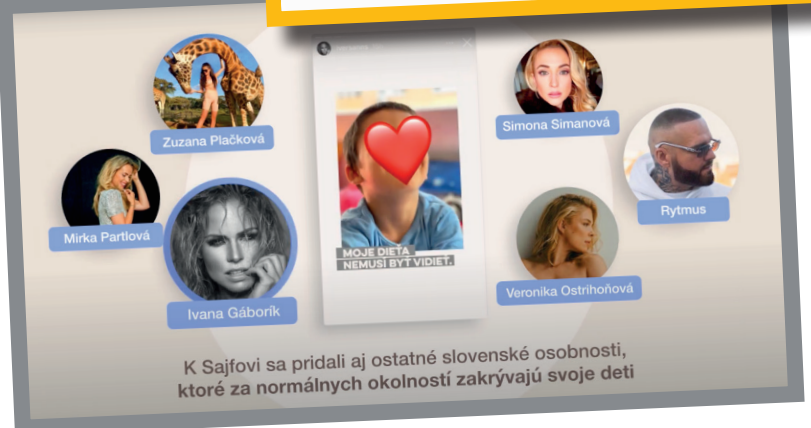
STRATEGIES

Zatiaľ čo slovenské celebrity svoje deti na sociálnych sieťach kvôli ochrane súkromia a bezpečnosti neukazujú, deti v núdzi musí byť vidieť. Zdieľanie ich osobitých príbehov podporuje autenticitu a poukazuje na reálne problémy, ktoré rodiny v náročných situáciách prežívajú. Emócie u publika prirodzene podporujú ochotu finančne prispieť a predísť tak vyňatiu detí z rodín. Na posilnenie komunikácie tejto témy a finančnej zbierky sme si zvolali influencerov a známe tváre, ktoré ochotne súhlasili. Aj vďaka nim sa nám podarilo osloviť 2,8 mil. ľudí a získať viac ako 41 tisíc EUR.



CIEL'

Nápor na darcov bol vzhľadom na okolnosti minulého roka pochopiteľne obrovský a ľudia boli presýtení zbierkami na pomoc zo všetkých strán. Najväčšou výzvou bolo získanie si pozornosti relevantného publika a jeho následné upriamanie na Úsmev ako dar a jeho pomoc rodinám v núdzi. Naším cieľom bolo vyzbierať čo najviac finančných prostriedkov a verne pritom ukázať s čím sa potýkajú rodiny, v ktorých hrozí vyňatie detí do ústavnej starostlivosti. S témou sme sa popasovali využitím vhodnej kombinácie mediálnych kanálov s dôrazom na sociálne siete a influencerov.

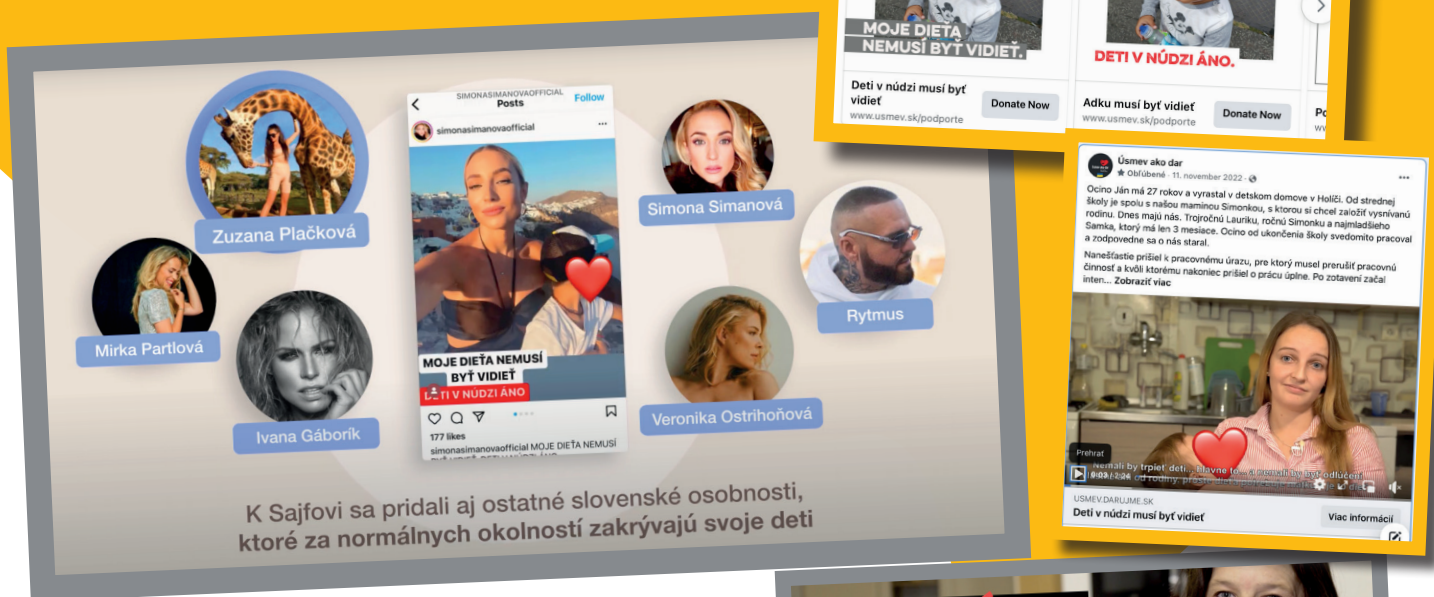


K Sajfovi sa pridali aj ostatné slovenské osobnosti, ktoré za normálnych okolností zakrývajú svoje deti



STRATÉGIA

Naša stratégia vychádza z trendu celebrityných rodičov chrániacich súkromie svojich ratoľstí na sociálnych sieťach, či v reálnom živote. Zároveň sme sa opreli o predošlé skúsenosti, ktoré ukazujú, že si známe tváre ľahšie a rýchlejšie získajú pozornosť publika. Náš plán bol preto vyvolať spoločenskú diskusiu prostredníctvom známych tvárí na sociálnych sieťach a v médiách o súkromí detí v online, kde Sajfa, Rytmus, Ivana Gáborík a mnohí ďalší skonštatovali, že zatiaľ čo ich deti nemusia byť vidieť, u detí v núdzi je to práve naopak. A to nielen preto, aby darca vedel komu prispieva.



REALIZÁCIA

Priestor influencerov a známych tvárí na sociálnych sieťach, ktorému ľudia venujú viac pozornosti, sme sa rozhodli využiť na apel pre deti v núdzi. Rovnako tak sme túto problematiku komunikovali cez mainstreamové médiá. Kampaň sme odštartovali v spolupráci so Sajfom, ktorý ako prvý rozvíril verejnú diskusiu o zakrývaní tvárí detí na sociálnych sieťach, ako aj téme ochrany súkromia v online priestore a vyzval ľudí, aby sa do debaty zapojili. Nasledujúci deň už Sajfa prezradil, prečo túto vec vytiahol a čo je pointou – JEHO DIETĀ NEMUSÍ BYŤ VIDIEŤ, DETI V NÚDZI ÁNO. Spolu s myšlienkou kampane zdieľal aj odkaz na zbierku prebiehajúcu priamo na stránke Úsmev ako dar. V nasledujúcich dňoch a týždňoch sa pridalo viac známych tvárí pomocou príspevkov a instastories. Tému prebrali aj celoplošné médiá. V rovnakom čase sme na Instagrame vytvorili filter určený pre celebrity, aj bežných ľudí, ktorý emotikonom srdiečka automaticky prekryl tváre ich ratoľstí na fotkách a videách, vďaka ktorému ich môžu jednoducho a bezpečne skryť v online priestore.

VÝSLEDKY

Výsledkom kampane bol kumulovaný dosah na sociálnych sieťach viac ako 2 800 000 ľudí, vďaka čomu sa podarilo vyzbierať neuveriteľných 41 704 EUR pre rodiny a deti v núdzi. Peniaze pôjdu na pomoc rodinám, ktoré sprevádza Úsmev ako dar, aby deti mohli zostať doma spolu s ich najbližšími. Verejná diskusia vyvolala vlnu pozitívnych reakcií na sociálnych sieťach. Na problematiku prostredníctvom svojich profilov upozornili desiatky slovenských influencerov a známych tvárí. Spoločne sme tak pomohli zmierniť dopady zlej socio-ekonomickej situácie rodinám tých najzraniteľnejších.

