

BUDÚCNOŠŤ JE FLAŠA*

*VODY



INSIGHT

Festivaly, letné dni a stretnutia s kamošmi majú jednu spoločnú vec – konzumáciu alkoholu. Alkohol dehydruje, preto je pri jeho konzumácii dôležité piť veľa vody. Nevieme docieľať, aby mladí ľudia na Pohode nepili, no vieme im ukázať, ako to robiť zodpovedne, aby im alkohol nepokazil zážitok a zábavu.

Mladí ľudia ale nemajú radi, keď ich niekto poučuje a hovorí im, čo majú robiť. Preto je dôležité edukovať ich v tejto téme skôr na príkladoch a ponúknuť im priame a cool riešenie.

IDEA

Na to, aby sme vyvolali rozruch, zmeníme claim Slovenskej sporiteľne na “Budúcnosť je fľaša*”.

Budúcnosť je predsa aj zajtra a my chceme pre všetkých, ktorí sa prídu na festival baviť, aby boli na druhý deň čo najviac fit. Preto sme sa rozhodli ponúknuť každému, kto si príde vyzdvihnúť lístok do Slovenskej sporiteľne, PR predmet - špeciálnu festivalovú crossbody fľašu na vodu s brandingom, ktorá bude must have Pohody.

STRATÉGIA

Naša PR stratégia sa skladá z troch fáz, do ktorých sme rozdelili všetky aktivity. Kampaň odštartuje odoslanie tlačovej správy vybraným médiám, ktoré mladí čítajú a sledujú. Prostredníctvom headlinov vzbudíme zvedavosť a v tele tlačovej správy vysvetlíme náš zámer - motivovať mladých ľudí piť zodpovednejšie a nezabúdať na dôležitosť pitia čistej vody na festivaloch.

V druhej fáze sme sa zamerali na komplexné pokrytie platforiem a odpromovanie fľašiek. Sem sme zaradili publikovanie edukačných článkov, pripomienky v Georgovi, odoslanie PR balíčkov influencerom a tiež aktivity priamo na predajniach – festivalovo oblečených zamestnancov, playlist z aktuálneho Pohoda lineup-u, claim na digitálnych nosičoch a hru fľaša, ktorú si budú môcť zákazníci zahrať s chatbotom vytvoreným z interpretov, ktorí budú live na Pohode.

Kampaň ukončíme taggovačou súťažou s fotkami s obrandovanou fľašou z Pohody.

Vďaka využitiu cliamu “Budúcnosť je fľaša*” nadviažeme na dlhodobý komunikačný koncept Slovenskej sporiteľne.

*vody