

### PRIHLASOVATEĽ

#### Fakturačné údaje

Názov JANDL, marketing a reklama, s.r.o.  
Adresa Štefánikova 6, 811 05 Bratislava  
IČO 313 560 36  
DIČ 2020301426  
IČ DPH SK2020301426

#### Prihlasovateľ 1

Názov JANDL  
Link na webstránku <https://www.jandlagency.com/>  
Miesto podnikania Štefánikova 6, 811 05 Bratislava  
Sieť -  
Materská spoločnosť -

#### Prihlasovateľ 2

Názov NEHERA SK, s.r.o.  
Link na webstránku <https://nehera.com/>  
Miesto podnikania Štefánikova 6, 811 05 Bratislava  
Sieť -  
Materská spoločnosť -

### NÁZOV PRIHLÁŠKY

Special Love Operation

### TRVANIE

Od: 2022-03-10  
Do: 2022-04-15

### KATEGÓRIA

Media Inovations/Events

### POPIS

---

Po tom ako vo Februári začala vojna na Ukrajine, zostali bežní ľudia v Rusku takmer bez informácií z vonkajšieho sveta. Iniciatíva NEHERY vyzývala bežných ľudí na Západe, aby sa cez zoznamovaciu aplikáciu Tinder prihovorili Rusom a ukázali im pravdu o tom, čo Vladimir Putin a jeho armáda pácha na Ukrajine v čase, keď väčšina nezávislých domácich a zahraničných médiá v Rusku dostala stopku.

### SITUÁCIA

---

Vo Februári napadlo Rusko Ukrajinu a spolu s vojnou začala nová vlna cenzúry a propagandy s cieľom zakryť zločiny ktoré Rusko páchalo. Bežní ľudia boli v Rusku odrezaní od západných sociálnych sietí a novinových portálov. Zároveň boli agresívne potlačené aj tie posledné slobodné a nezávislé domáce médiá v Rusku ako Novaya Gazeta či Meduza. Pravda o tom, čo sa na Ukrajine deje a čo Vladimir Putin pácha v ich mene zostávala v prvých týždňoch po ziačiatku invázie skrytá pred väčšinou bežných ľudí v Rusku.

Slovenská módna značka NEHERA už mala históriu podpory Ukrajiny, dokonca so špeciálnou kolekciou ktorú vydala ešte pred inváziou, finančnou podporou Ukrajiny a taktiež podpory Ruského disentu, keďže v minulosti v kampani využívali Pussy Riot. Pod platformou NEHERA for Ukraine sa, po vypuknutí invázie, rozhodli ďalšou iniciatívou bojovať proti cenzúre a propagande. Vedeli sme, že najlepšie čo môžeme urobiť, je vyslať správu ktorá sa bude dobre šíriť. Takú, ktorá empaticky ale rozhodne a bez obalu prehovorí k Rusom ktorí nechcú tolerovať čo ich vláda robí na Ukrajine, pretože len oni môžu Vladimíra Putina zastaviť.

### CIEĽOVÁ SKUPINA

### CIELE

---

Aj vzhľadom na nulový celkový rozpočet tejto aktivity sme si ciele stanovovali skôr realisticky. Aby sme v Rusku zasiahli čo najviac ľudí, potrebovali sme aby sa do Special Love Operation zapojilo čo najviac bežných používateľov Tindru mimo Ruska. Na to sme potrebovali ľudí dostať k nám na web alebo na relevantný článok. A aby sa nám podarilo toto, potrebovali sme čo najväčší zásah nášho posolstva online. Preto by sa naše ciele dali zhrnúť do týchto bodov: online impresie, získané mediálne výstupy, návštevy webu a zapojené profily na Tinderi.

---

### STRATÉGIA

Zatiaľ čo cenzúra Kremľu gradovala a ďalšie a ďalšie sociálne siete a webstránky boli zakazované, predsa len niektoré appky naďalej fungovali v normálnom režime. Jednou z nich bol práve Tinder, populárna zoznamovacia aplikácia, v ktorej užívatelia môžu vidieť ľudí vo svojom okolí. To však platí len pre bežné účty. Ak si však užívateľ zakúpi Tinder Plus za necelých 16 eur, môže využiť funkciu Passport, ktorá mu umožní presunúť sa kamkoľvek na svete a vidieť Tinder profily v tejto lokalite a zároveň tieto profily vidia aj jeho. Áno, aj v Rusku. A práve využitie túto funkciu bolo naším riešením, ako dostať relevantné informácie priamo k bežným obyvateľom Ruska, mladým ľuďom ktorí žijú v mestách ako Moskva alebo St. Petersburg.

Prvotné zadanie prišlo od nášho klienta NEHERA, ktorá mala históriu podpory Ukrajiny a ako značka cítili, že musia niečo urobiť. Tak vznikla Special Love Operation.

Putin a jeho prisluhovači už od začiatku popierali, že vôbec nejakú vojnu na Ukrajine vedú. Celý čas o svojej agresii hovorili ako o „Special Military Operation“ a toto klamstvo sa stalo jedným zo symbolov propagandy Ruska. Využitie teda jeho zvrátenú logiku na pomenovanie našej aktivity nám preto prišlo ako vhodné riešenie, ako označiť našu vlastnú odpoveď.

Mali sme teda platformu, nápad aj riešenie. Zostával však jediný problém: ak vytvoríme zopár Tinder profilov v agentúre, nebude to stačiť. Potrebovali sme pomoc prakticky celého sveta. Namiesto priameho vytvárania profilov na Tinderi sme sa teda rozhodli využiť silu komunity a dobrých ľudí mimo Ruska, ktorým na Ukrajine záležalo a mali podobné zmýšľanie ako my. Vznikla tak stránka speciallovaoperation.com, ktorá dávala jednoduchý návod ako využiť Tinder na boj proti Ruskej propagande priamo v srdci Ruska.

Na začiatku sme sa zamerali na Twitter, kde sme zdieľali našu „špeciálnu operáciu“ na komentároch rôznych novinárov, médií či iných profilov, ktorí o vojne na Ukrajine pravidelne komunikovali. Prelomový úspech prišiel v momente, keď si nás všimli a prezdieľali Anonymous práve na Twitteri, od tohto momentu počet návštev na stránke aj zdieľaní našej iniciatívy výrazne narástol. Mnohé médiá, predovšetkým v zahraničí, reagovali spontánne a ozývali sa priamo, po tom čo tému zachytili na Twitteri alebo v inom článku. To prinieslo dôležitý PR element a práve tieto médiá následne rozniesli Special Love Operation do celého sveta.

---

### BIG IDEA

---

### IMPLEMENTÁCIA IDEY

---

### ROZPOČET

od 0 do 30.000 EUR

---

### MEDIAMIX

---

### VÝSLEDKY

Mali sme stanovené štyri hlavné parametre výsledkov: online zásah (impresie), získané mediálne výstupy, návštevy webu a zapojené profily na Tinderi. Zmerať sme dokázali prvé tri, počet zapojených profilov však aj vďaka nechote Tinderu postaviť sa jasne k tejto aktivite zmerať nevieme, odhadovať ho vieme len na základe spätnej väzby, ohlasov a komentárov na sociálnych sieťach, kde stovky ľudí deklarovali, že sa do aktivity zapojili a zdieľali svoje konverzácie s Rusmi na Tinderi.

Naša aktivita nazbierala viac ako 14 miliónov impresií naprieč všetkými médiami. Zaznamenali sme 43 mediálnych výstupov v 15 rôznych jazykoch. (Počas kampane) Na webe sme zaznamenali 19 112 návštev zo 130 krajín.

---

### POTVRDENIE VÝSLEDKOV

[05bBRcvx\\_SpecialLoveOperation-effie\\_vysledky.pdf](#)

---

### INFORMÁCIE

Keďže presný počet zapojených profilov vieme len odhadovať, čerpali sme informácií hlavne zo spätnej väzby a komentárov hlavne na Twitteri. Desiatky zapojených vrátane niekoľkých našich kolegov dostalo krátko po tom ako sa do SLO zapojili na Tinderi ban. Naša aktivita bola zámerné nastavená tak, aby žiadne pravidlá Tindru neporušovala a dokonca sme vlastne ľudí vyzývali aby si kúpili Tinder Plus. Keď sme sa snažili zistiť priamo od spoločnosti, aké pravidlá táto aktivita presne porušuje a prípadne nadviazať so spoločnosťou spoluprácu, nedostali sme žiadne odpovede. V lete 2022 potom Tinder dostal od ruských úradov pokutu 2 milióny rublov za „nedostatočnú ochranu dát užívateľov“. Tinder v Rusku naďalej funguje.

---

### LESSON LEARNED

---

### UKÁŽKA KREATÍVY

[gS9gGGFB\\_SpecialLoveOperation-BOARD-SK.jpg](#)

[MyflpZeX\\_SpecialLoveOperation-CaseStudy-v3-SLOVAK.mp4](#)

---

### POTVRDENIE ÚDAJOV

**Správnosť klienta**

[v6Xu9FeB\\_NEHERA\\_potvrdenie\\_klient.pdf](#)

**Správnosť agentúry**

**Správnosť mediálky**



# PRIHLÁŠKA

## SPECIAL LOVE OPERATION

### KREDITY - AGENTÚRA

---

Strategy director / Strategy planner	Jakub Kováč
Copywriter	Jakub Jurica
Creative Director	Alexandru Strimbeanu
Art director	Lucia Repová
Account Director / Account	Kristián Ondriš
Iní	

### KREDITY - KLIENT

---

Marketing manager / Marketing director	Katarína Bolešová
Brand manager	
Iní	

### KONTAKTNÁ OSOBA - AGENTÚRA

---

Meno a priezvisko	Jakub Kováč
Email	<a href="mailto:jakub.kovac@jandl.sk">jakub.kovac@jandl.sk</a>
Telefónne číslo	0905 301 238

### KONTAKTNÁ OSOBA - KLIENT

---

Meno a priezvisko	Katarína Bolešová
Email	<a href="mailto:katarina.bolesova@nehera.com">katarina.bolesova@nehera.com</a>
Telefónne číslo	0905 764 322