



# PRIHLÁŠKA STRETNUTIE SO ZIMOU

## PRIHLASOVATEĽ

### Fakturačné údaje

Názov	Elite / Monday Lovers, s.r.o.
Adresa	Obchodná 58, 81106 Bratislava
IČO	36760960
DIČ	2022359856
IČ DPH	SK2022359856

### Prihlasovateľ 1

Názov	Elite / Monday Lovers
Link na webstránku	<a href="http://www.eliteml.sk">www.eliteml.sk</a>
Miesto podnikania	Bratislava
Sieť	-
Materská spoločnosť	-

### Prihlasovateľ 2

Názov	Depaul Slovensko
Link na webstránku	<a href="http://www.depaul.sk">www.depaul.sk</a>
Miesto podnikania	Bratislava
Sieť	-
Materská spoločnosť	-

## NÁZOV PRIHLÁŠKY

Stretnutie so zimou

## TRVANIE

Od: 2022-12-01

Do: 2023-01-02

## KATEGÓRIA

Non-profit - komunikácia tretieho sektora

## POPIS

Zima si každý rok vyberá svoje obete v uliciach mesta. Táto smutná štatistika sa stala námetom pre našu fundraisingovú online kampaň. Kapacita nocľahárne Depaul, ktorá poskytuje prístrešok ľuďom bez domova, je žiaľ limitovaná na 200 miest. Preto je našim cieľom tento počet navýšiť aj vďaka pravidelnej finančnej podpore darcov.

V spote sme využili scénický tanec, ktorý ukazoval stretnutie ľudí bez domova s krutou zimou. Emočný príbeh sme podporili reálnymi príbehmi ľudí a dôsledne cielenou bannerovou kampaňou, ktorá nám tento rok pomohla k výborným výsledkom.

S nízkym mediálnym rozpočtom 3000 eur sa nám podarilo zvýšiť počet pravidelných darcov až o 61% a získať tak najviac pravidelných darcov v celej histórii Depaulu. Počas celkového trvania kampane sme vyzbierali 23 453 eur. Vďaka kampani by sa tak malo najbližší rok vyzbierať ďalších 122 000 eur a na vytváranie nových miest v nocľahárni a lepšej pomoci ľuďom bez domova.

## SITUÁCIA

Depaul je jednou z troch väčších organizácií pôsobiacich na území Bratislavy. Všetky organizácie sústredia svoju kľúčovú fundraisingovú komunikáciu na december, kedy je pre mnohých ľudí väčšia ochota prispievať na dobročinné organizácie.

Depaul Slovensko ako jediná z týchto organizácií prevádzkuje nízkoprahové nocľahárne, ktoré poskytujú úkryt pred zimou pre ľudí bez domova. Aj preto sa komunikácia sústreďuje na problematiku zimy a jej nástrah pre ľudí bez domova. Organizácie prichádzajú každoročne so skvelými kampaňami a vytvorili si tak silné konkurenčné prostredie. Dosahovať výsledky z minulých rokov je tak čoraz ťažšie a ťažšie, najmä v roku rekordnej inflácie a masívnej podpory Ukrajiny po jej napadnutí.

## CIEĽOVÁ SKUPINA

Ľudia žijúci v Bratislave a okolí, keďže štatisticky väčšina darcov pochádza z tejto lokality. Cieľom je osloviť progresívne mysliacich ľudí ochotných podporiť neziskovú organizáciu napriek negatívnym konotáciám spájanými s ľuďmi bez domova.

## CIELE

### Hlavný cieľ

Zvýšiť počet darcov (primárne pravidelných) za účelom získania potrebných prostriedkov na prevádzkovanie zariadení Depaul Slovensko v Bratislave. (nízkoprahová nocľaháreň, útulok pre ťažko chorých na ulici a podobne).

### Výzvy

Zaujať a odlíšiť sa od komunikácie ďalších neziskoviek, ktoré hľadajú podporu a komunikujú v rovnakom čase (december). Zároveň bolo dôležité ponechať postel', ako dlhodobo využívaný komunikačný symbol adopcie, ktorý prepája predchádzajúce kampane pre Depaul).

## STRATÉGIA

Primárne poslanie Depaul Slovensko je ochrana ľudí bez domova pred mrazmi a podchladením. Na fakt, že títo ľudia zomierajú každý rok v uliciach miest sme chceli poukázať kampaňou s použitím scénického tanca, kde sme stvárnili stretnutie človeka

s krutou zimou.

Kampaňou a reálnymi výpoveďami ľudí, ktorí sa s nástrahami zimného obdobia stretávajú denne denne sme chceli poukázať na fakt, aká nebezpečná dokáže byť zima a prečo je dôležité budovať nové miesta v nocľahárni Depaul.

Tentokrát sme zvolili umeleckú formu prezentácie nebezpečenstva zimy. Okrem samotného stvárnenia sme sa zamerali aj na oslovenie cieľovej skupiny správnou formou. Slúžili na to hlavné awareness formáty, ktoré sme doplnili taktickými vizuálmi a príbehmi, cielenými pomocou remarketingu na zaujatých divákov.

## BIG IDEA

### Zima je krutá.

Aj keď ju nevidíme, nedá sa pred ňou schovať. Chceli sme umelecky zachytiť jej pôsobenie, tak aby vzbudila emočnú reakciu u publika. Vznikol nápad scénického tanca so zimou, ktorú sme zrealizovali s uznávanými tanečníkmi z baletu SND.

## IMPLEMENTÁCIA IDEY

Kampaň sme odštartovali spotom na trojici sociálnych médií. Cielili sme na celé Slovensko, ale aj regionálne. Nakoľko najviac pravidelných darcov žije v Bratislave, prispôbili sme tomu 3 kľúčové vizuály, na ktorých sú zobrazené známe bratislavské ulice. Práve tam, kde vyhasli životy ľudí bez domova.

Tieto miesta boli využité aj na remarketingovú kampaň, kde sme v instagramových príbehoch nabádali ľudí z konkrétneho regiónu k finančnej podpore. Aby sme zvýšili počet darcov, spustili sme hardselový reklamný príspevok, ktorý vyzýval priamo k adopcii postele. Najprv sme si však otestovali viaceré vizuály, texty a ich kombinácie. Nakoniec sme na základe výsledkov vybrali jeden, ktorý performoval najlepšie a počas trvania kampane priniesol na stránku adoptujsipostal.sk najviac nových darcov. Trvanie kampane: 1. 12. 2022 - 2. 1. 2023

## ROZPOČET

od 0 do 30.000 EUR

## MEDIAMIX

<b>Online</b>	<b>100%</b>
Display + iVideo	30%
Social, sociálne siete	70%

## VÝSLEDKY

Vďaka kampani „Stretnutie so zimou“ sme za cca mesiac dosiahli

- 61% nárast počtu pravidelných darcov
- historické maximum v celkovom počte pravidelných darcov
- 23 453 □ nových darov počas kampane
- k tomu 122 000 □, ktoré prišli v roku 2023 z nových pravidelných darov.
- 273 422 pozretí spotu
-



# PRIHLÁŠKA STRETNUTIE SO ZIMOU

619 183 - zásah kampane

- ROAS - 4 848 %

## POTVRDENIE VÝSLEDKOV

---

[fv3LnYGN\\_EFFIE - Depaul - Stretnutie so zimou.pdf](#)

---

## INFORMÁCIE

Napriek zhoršujúcej sa ekonomickej situácii, vojne na Ukrajine a stálej komunikácie konkurencie sa už opakovane podarilo prekonať výsledky ocenených kampaní z minulých rokov.

---

## LESSON LEARNED

Spojili sme emočne ladenú kampaň s umeleckým spotom spolu s "eshopovými" stratégiami na oslovenie ľudí v rozdielnych fázach konsiderácie a to nám pomohlo získať zatiaľ najlepší výsledok zo všetkých kampaní pre Depaul. Je to vhodný príklad toho, ako efektívne osloviť relatívne úzku cieľovú skupinu ochotnú darovať peniaze na obmedzenom geografickom území (Bratislava).

---

## UKÁŽKA KREATÍVY

---

[xo5Zp3PL\\_depaul-effie-4500kbps.mp4](#)

---

## POTVRDENIE ÚDAJOV

### Správnosť klienta

[fTW46inM\\_36 - Stretnutie so zimou\\_Depaul\\_klient.pdf](#)

### Správnosť agentúry

[6Yu7a6LZ\\_36-2023-12-12 14-31.pdf](#)

[6Yu7a6LZ\\_36-2023-12-12 14-31.pdf](#)



# PRIHLÁŠKA STRETNUTIE SO ZIMOU

## KREDITY - AGENTÚRA

---

Strategy director / Strategy planner	Peter Šurín
Copywriter	Peter Michalka, Michala Chlebíková, Denisa Podskočová
Creative Director	Jozef Kyselica
Art director	Jozef Kyselica, Juraj Vačko
Account Director / Account	Marián Hlinka, Lenka Pavlíčková
Iní	Kitti Pastoreková

## KREDITY - KLIENT

---

Marketing manager / Marketing director	Jozef Kákoš
Brand manager	
Iní	

## KONTAKTNÁ OSOBA - AGENTÚRA

---

Meno a priezvisko	Peter Šurín
Email	peter.surin@eliteml.sk
Telefónne číslo	0911053040

## KONTAKTNÁ OSOBA - KLIENT

---

Meno a priezvisko	Jozef Kákoš
Email	jozef.kakos@depaul.sk
Telefónne číslo	0910 842 598