



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

17. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand PRix 2024.

Kategorija: Grand PRix za integriranu kampanju

Naziv projekta: **Mali veliki talenti**

Agencija: Konzum plus d.o.o.

Razdoblje realizacije projekta: od kolovoza do prosinca 2023. godine

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: Obrazovanje je ključan faktor u razvoju društva i prosperitetnije zajednice. U Hrvatskoj imamo gotovo pola milijuna učenika u 2824 osnovne i srednje škole, a školska sredstva nedostatna su za podmirenje najosnovnijih potreba što značajno utječe na kvalitetu i učinkovitost obrazovanja.

Ciljevi: povećanje potrošnje u odnosu na isto razdoblje lani, jačanje percepcije Konzuma kao društveno odgovorne kompanije te senzibiliziranje zajednice da zajednički osiguraju opremu koja će učenicima pomoći u učenju.

Provedba: Konzum je kao najveći maloprodajni lanac u državi pokrenuo jedinstven community program Mali veliki talenti. Ciljna skupina: "svi koji su išli u školu i prepoznaju vrijednost škole u osobnom razvoju". Škole su se prijavljivale putem web stranice i ostvarivale prava na korištenje kupona za odabir opreme iz posebno pripremljenog kataloga. Za potrošenih 10 eura ili kupnju posebno označenih proizvoda od 31.8.-8.11.2023. u svim prodavaonicama u RH, kupac je dobio kupon koji u fizičkom ili digitalnom obliku može donirati školi po vlastitom izboru. Škole su kupone mijenjale za opremu iz kataloga: laptove, mikroskope, pribor za likovni i sl., a ukupna vrijednost donirane opreme iznosila je više od 700.000 eura. Uz prepoznatljiv vizualni identitet i slogan „Mali veliki talenti“ kampanja je promovirana kroz OOH i image kampanju, radijsko i TV oglašavanje, digitalne videe i oglase na internetu i društvenim mrežama te vlastite kanale. U školama je provedeno istraživanje što im je potrebno kako bi se formirao katalog s opremom te su im dostavljeni katalog i kutija za prikupljanje kupona, kreiran je poseban newsletter za škole te kontakt centar za pomoć školama u sudjelovanju. Osmišljene su aktivnosti za sve dionike : informativni website kao poziv na akciju s ciljem uključivanja javnosti kroz pažljivo odabrane vizuale i priče zaštitnih lica; inspirativne priče ambasadora: Joška Gvardiola, Eme Donev, Alberta Gajšaka, Mirele Kardašević i Marka Mrkića o tome kako je škola utjecala na njihov uspjeh; Konzumova pjesma koju su izveli traperi iz kolektiva District One za mlađe generacije. Prodavaonice su bile označene vizualima kampanje, a sve aktivnosti predstavljene su prvo interno kolegama, a zatim i Konzumovim dobavljačima; povodom launcha kampanje organizirano je događanje za zaposlenike u upravnoj zgradi i podjela kupona te brojni natječaji na internoj društvenoj mreži; Konzum je 1680 članova MultiPlusCard programa nagradio sa 8400 kupona u nagradnoj igri.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: Cilj da Konzum dosegne 70% osnovnih i srednjih škola u Hrvatskoj donacijom bar 1 kupona premašen je za gotovo 30 p.p. - 99,26% škola dobilo barem 1 kupon. Rezultati istraživanja zadovoljstva kupaca nakon kampanje pokazali su uspješnost u vidu svih KPI mjera, a 92% ispitanih želi slične kampanje u budućnosti.

Kreativnost i inovativnost: Dosad nevidena strategija da jedan brend udružuje snage sa zajednicom kako bi poboljšao opremljenost hrvatskih škola, narativ te odabir aktivnosti i kanala rezultirali su stvaranjem pozitivne energije i ostvarivanjem snažnog društvenog utjecaja.

Društvena vrijednost i opća relevantnost: Škole koje su sudjelovale (66,6%) zamijenile su 11.617.609 doniranih kupona za 14.352 komada opreme za svakodnevni rad te je na taj način kampanja s ciljem poticanja prodaje usmjerena u konkretnu korist za zajednicu - njezin najosjetljiviji dio, djecu. Kao glavni poticaj za sudjelovanje kupci su istaknuli pozitivnost inicijative, nagrade za vjernost, jednostavnost doniranja i pomoć zajednici.