Hainele tale vechi s-au pregătit pentru o viaţă nouă

Oradea - 11 decembrie 2007 ora 13:31
Comunicat tip General in Social

Utopium a lansat luni, 10 decembrie, campania 'Hainele tale vechi s-au pregătit pentru o viaţă nouă'. Campania pentru fundaţia Umanitas, susţinută de Proges, îşi propune să adune din donaţii haine vechi pentru casele de copii.

Dacă scopul primordial al advertisingului este să schimbe modul de acţiune al individului, cum funcţionează advertisingului social? Care e selling point-ul atunci când nu ai nimic de caştigat dintr-o acţiune (voluntariat, donaţie etc.)? Părerea generală e ca individul se simte mai bine, mai împlinit, mai 'bun' dupa ce participă la o acţiune socială şi, dacă e sa ne luăm după Maslow, ăsta e varful ierarhiei nevoilor. Dar ce faci dacă abordarea asta, desi relevantă, nu se mai diferenţiază în nici un fel de celelalte zeci de campanii sociale care încearcă într-un fel sau altul sa-ţi influenţeze consumatorul? Adică ce e mai important într-o campanie socială? Relevanţa sau diferenţierea? Ce a realizat Utopium pentru fundaţia Umanitas se diferenţiază clar de 'stilul' social şi propune următoarea ipoteză. Un individ care nu are un nivel suficient de cultură şi/sau inteligenţă nu va vedea sau simţi nevoia de autoactualizare de care e nevoie pentru a face o donaţie. Şi atunci ne adresăm exclusiv unui target cu inteligenţă peste medie. Şi unde există inteligenţă, umorul e binevenit, pentru ca acest consumator are o oarecare reticenţă la advertisingul convenţional şi poate şi la stilul deja consacrat al unei campanii sociale. Conceptul campaniei îţi propune să-ţi ajuti hainele vechi, plictisite de dulapul din care nu au ieşit de o vreme, să dobândească o nouă viaţă. Campania destinată presei scrise a fost preluată de blogosferă (peste 30 de bloguri), aducând peste 3000 de accesări ale blogului Umanitas (http://umanitas.wordpress.com) în doar cateva zile. Interesul orădenilor a depăşit aşteptările Utopium, donaţiile din prima zi umplând mai mult de jumătate din spaţiul destinat hainelor. Prezenţa la lansarea oficială de la sediul Utopium a fost semnificativă, oamenii bucurându-se de butoaiele cu cărbuni încinşi din curtea agenţiei, de vinul fiert şi de colinde.

Despre Utopium

Utopium dezvolta servicii la nivel local si international de cercetare, planning, creatie si media. Clienti Utopium: Kronotex Germania, Benq Austria, Procter & Gamble, BCR, HVB, Proges, ABARO. Utopium AdvertisingVladimirescu 48, Oradea0259 415

276office@utopium.ro

UTOPIUM
http://www.utopium.ro