



# **YOUNG LIONS COMPETITIONS**

**BULGARIA**

**КАТЕГОРИЯ: DIGITAL**

ПОБЕДИТЕЛ

Екип: Христа Георгиева и Валентин Томов

# Докажи, че НИКОЙ не е по-добър от теб.

## Проблем

Мъжете не се включват в доброволчески мисии, защото ги смятат за женски.

## Инсайт

Сред мисиите на Time Heroes има неща, от които всеки мъж обича да разбира - ремонти, гледане на кучета, спорт, тежка физическа работа и други. Теми, в които мъжете често се съревновават със своите приятели.

## Идея

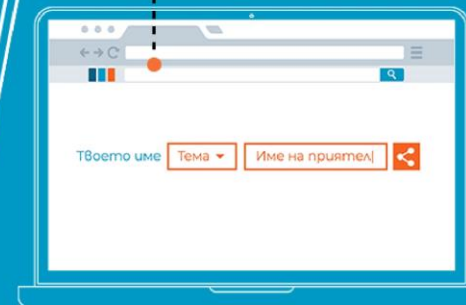
Да предизвикаме стереотипа, че доброволчеството е женска работа, като поканим потребителите да покажат, че са разбирачи.

## Изпълнение

Ще създадем свръхперсонализирани реклами, които се променят спрямо потребителя. Банерите взимат информация от платформата на Time Heroes, а чрез Pixel и списъка с приятели на участниците. Темата се генерира от общите интереси на потребителя и регистриралия се в платформата чрез Cookies.



Банерите водят до лендинг страница, на която всеки ще може да генерира предизвикателство към свои приятели и да го сподели с тях на стената им.





## Резюме на кампанията

Представяме доброволческите мисии на TimeHeroes.org като супер място за първа среща. Правим го, като към всяка мисия в сайта добавим бутон, с който всеки регистриран може да изпрати покана за среща на любим човек под формата на персонализирано съобщение. Популяризираме функцията през дигитални канали, които стигат директно до младите сингъл мъже.

## Инсайт

Хората, които участват в мисиите на TimeHeroes, имат много общо помежду си - гражданска позиция, интереси, чувство за хумор и какво ли още не. Това превръща мисиите в особено подходящ повод за първа среща.

## Решение

За да наложим идеята за благотворителните мисии като "суперсрещи", към всяка мисия в сайта на TimeHeroes добавяме бутона "Ще каня някого на суперсреща". Той създава персонализирана покана за среща, която всеки регистриран потребител може да изпрати на човека, когото харесва, в социалните мрежи.

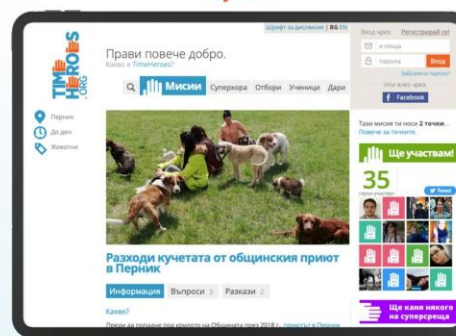
За да кажем на сингъл мъжете за функцията, използваме контекстуални послания на местата, на които прекарват най-много време онлайн: Tinder (където мъжете са близо 80% от потребителите, а жените - малко под 30%), YouTube и Google Ads.

\*Според данни от проучване на DatingZest.com, 2020

## Landing страница



## Бутон



## Покана



## Tinder



## Как работи?

Всички канали на комуникация водят към landing страница на сайта TimeHeroes, която разяснява функцията "Ще каня някого на суперсреща" и условието да я използваш - регистрация на timeheroes.org.

След като се регистрира и отвори дадена мисия, всеки потребител вижда бутон "Ще каня някого на суперсреща" точно под настоящия бутон "Ще участвам". Щом натисне първия, сайтът автоматично генерира съобщение, с което потребителят може да покани някого едновременно на среща и да се включи в каузата. Под съобщението се появяват бутони за споделяне в различни социални мрежи.

# ДОБРОВОЛЧЕСКА ЛИГА

Доброволческа лига е аналогия на добре познатата за мъжете Шампионска лига. Чрез интегриране на състезателния модел в доброволческите каузи, стимулираме мъжката аудитория да се включва регулярно в тях и да се бори за примамливи награди, с които да се похвали пред близките си хора. Придаваме на доброволството „мъжки“ характер.



## ТВОРЧЕСКО ПРОЗРЕНИЕ

Мъжете обичат да се съревновават, да играят, да печелят, да се доказват пред себе си и пред останалите. Но те рядко помагат и се включват в доброволчески каузи, защото се срамуват да покажат емоционалната си страна, която ги кара да се чувстват уязвими и слаби. Според проучвания на The United Nations Volunteers (UNV) и Priceonomics, с 30% по-вероятно е да доброволства жена, отколкото мъж. Вярваме, че можем да представим доброволството като „по-мъжко“ и по-примамливо, добавяйки към него нещо любимо за мъжете – състезателния характер. Всеки човек има дълбоко вродена биологична нужда да принадлежи към нещо по-голямо и велико от самия него – към общност, отбор, кауза, мисия.

## РЕШЕНИЕ НА ПРОБЛЕМА

В сайта [timeheroes.org](http://timeheroes.org) има възможност за създаване на отбори, които събират точки в зависимост от каузите, към които са се включили. За да обвържем доброволството със състезателния модел, ще разработим формат, подобен на този на Шампионска лига – Доброволческа лига. Чрез социалните мрежи ще мотивираме мъжете да изградят отбор от най-добрите си приятели. Разделяме отборите по групи и им даваме срок от един месец, в който да натрупат възможно най-много точки. Следващият етап от състезанието е четвърт финалите – при тях времето за събиране на точки ще бъде в рамките на 2 седмици. При всеки следващ етап срокът ще намалява. В социалните мрежи ще има класации за отбор на седмицата, играч на седмицата и други. Като при всяко състезание, тук също ще има награди. Отборът на седмицата печели медали; победителите в четвърт или полуфинала – сертификати за участие. В края на лигата на големите победители ще бъде връчена Доброволческа купа.

## КАК РАБОТИ?

- Кампанията ще стартира в социалните мрежи със съдържание, което ангажира мъжете да се присъединят към Доброволческата лига
- Лигата ще се провежда ежегодно и по този начин ще насърчим мъжете регулярно да правят добро и да възприемат доброволството като „мъжка работа“
- Ще увеличим трафика и регистрациите на сайта [timeheroes.bg](http://timeheroes.bg) чрез създаването на отбори за Доброволческата лига