PERFORMANCE MEDIA

Kampania AVON
Powiedz STOP przemocy

Warszawa, 21 października 2011

Agenda

- Sukces kampanii AVON Powiedz STOP przemocy na Facebooku w Polsce
- Kluczowe elementy sukcesu
- Odpowiedzi na pytania

PERFORMANCE MEDIA

AVON prowadzi ważne akcje społeczne dotyczące kobiet

Celem kampanii Powiedz STOP przemocy w 2010 było aktywne i widoczne zaangażowanie kobiet

CELE 2010

STRATEGICZNY

- Widoczne zaangażowanie kobiet w akcję społeczną AVON: STOP Przemocy
- Zbudowanie wizerunku AVON jako marki, która angażuje się w realne problemy kobiet

OPERACYJNY

- Publiczne poparcie akcji przez 10 tysięcy kobiet

Miejscem kampanii został wybrany Facebook

GRUPA DOCELOWA

- Kobiety w wieku 18-35, liderki opinii

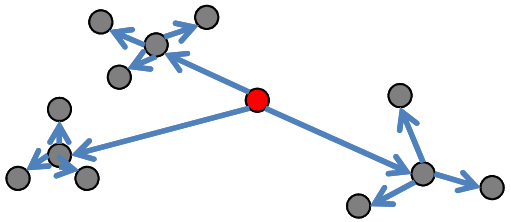
WYBRANE MEDIUM: FACEBOOK

- W Polsce rozpoczął wzrost od influencerów (aktywni online, większe miasta, zagraniczni znajomi)
- Kobiety: 55%
- 18-35: 65%

Jako aspirację wybraliśmy przypięcie przez uczestnika znaku akcji do zdjęcia profilowego

- Najwyższa forma identyfikacji
- Ogromnie widoczna
- Cel: 10 tysięcy przypięć

Stworzyliśmy odpowiednią aplikację Facebook, która rozprzestrzeniła się wirusowo



Założony cel został przekroczony sześciokrotnie

58 500 przypięć

Drugiego dnia akcji aplikacja Powiedz STOP przemocy została trzecią najpopularniejszą aplikacją na polskim Facebooku

Efekt zaangażowania był ogromnie widoczny

Każda zmiana zdjęcia jest widoczna wśród znajomych na FB, których każdy ma średnio 130

Temat tabu został przełamany – Facebook zaroił się od wartościowych dyskusji

Powiedz STOP przemocy Drugi dzień akcji. TRZYDZIEŚCI TYSIĘCY PRZYPIĘĆ... Dziękujemy za Wasze niesamowite zaangażowanie!
November 26 at 10:50pm · Like · Comment

Konrad Szczęśniak and 82 others like this.

Krystyna Puzio-Abramczyk Popieram z całego serca...Ale daje nam to do myślenia...że tak wiele osób styka się z tym problemem osobiście lub w najbliższym otoczeniu...Jedno jest pewne...problem jest dużo większy niż mówią o tym statystyki...
November 26 at 10:54pm · Like

Adam Surowiecki Krystyna, bo jak ktoś jest frustratem to odreagowuje na słabszych. I niestety tacy debile funkcjonują na całym świecie.
November 26 at 10:58pm · Like · 4 people

Krystyna Puzio-Abramczyk Wiem Adamie...Znam problem osobiście...i ciągle poznaję nowe i bardzo zaskakujące sytuacje...Furiat który krzyczy nie jest najgroźniejszy...Najgorszy to taki super gość na zewnątrz...a w domu nawet tynk odpada ze ścian ze strachu...
November 26 at 11:05pm · Like · 1 person

Joanna Pawlak @ Monika - Tu chodzi o to, że poprzez ten znak deklarujesz swoją gotowość reagowania gdybyś wiedziała, że komuś, kogo znasz dzieje się coś niedobrego. To nie moda. Modą może być zastąpienie swojego zdjęcia zdjęciem postaci z kreskówki, chociaż nie widzę w tym nic złego. Jasne, że ten znaczek niczego nie zmieni, ale przynajmniej przypomni o problemie i może natchnie niektórych do szukania dla siebie pomocy, bo niektórzy uważają, że problemu w ogóle nie ma.
November 25 at 11:50pm · Like · Flag

Katarzyna Pomierna hej, ale to nie bylo smieszne, to powazna akcja. Chodzi o zmiane myslenia, nastawienia i postrzegania przemocy wobec kobiet.
November 25 at 11:45pm · Like

Angelika Szyller TAK MA BYĆ, tak być powinno :) STOP damskim bokserom i przemocy psychicznej !:) i musimy uświadomić niektórym, że jeśli kobieta jest z takim mężczyzną i trudno jej od niego odejść, to nie dla tego, że ona chcę by on ją tak traktował! Czasami potrzeba kogoś z zewnątrz, kto jej pomoże!:) Jestem z WAMI dziewczyny:*
November 25 at 11:48pm · Like

Paulina Urban Często kobiety bite przez mężów nie są w stanie nic zrobić żeby to zmieni, dają przyzwolenie na takie traktowanie. Byłam świadkiem jak mąż bił żonę, w efekcie tego, że chciałam jej pomóc sama zostałam poszkodowana, a od tej kobiety usłyszałam, że nie powinnam się wtrącać bo to nie moja sprawa. Może taka akcja uświadomi takim kobietom, że nie muszą się zgadzać na takie traktowanie, że zawsze znajdą się osoby, które pomogą.
November 26 at 12:34am · Like

Aleksandra Cal Cieszę się, że "Stop przemocy" pojawia się jako aplikacja na FB.
@Paulina: Pomaganie osobom doznającym przemocy bywa trudne i frustrujące. Ale twierdzenie, że "kobiety przyzwalają na przemoc" jest niebezpiecznie bliskie temu, że za nią odpowiadają. Nie. Za przemoc zawsze odpowiada osoba, która ją zadaje, a nie ta która jej doznaje. Przemoc to nie tylko bicie. To też udowadnianie osobie, że jest nic nie warta, że na to zasłużyła, że to ona jest winna wszystkiemu. Że tak było jest i będzie. Że próby sięgnięcia po pomoc

Karolina Okrasko jesli bedziemy wychodzic z zalozenia, ze kazda inicjatywa sluzaca poprawie zycia ludzkiego nie ma sensu, bo co to da... to faktycznie nic to nie da... to jest znak, symbol... sposob na zwrocenie uwagi na problem. im nas wiecej tym lepiej.
November 25 at 1:20pm · Like · 3 people · Flag

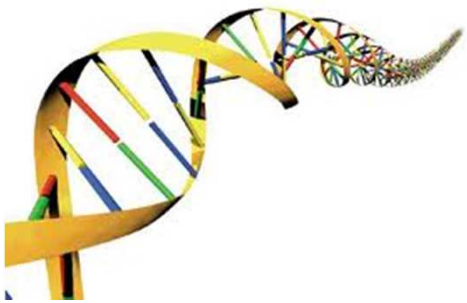
Łącznie tysiące komentarzy i tysiące kliknięć „Lubię to”

Internauci spontanicznie wystawili aplikacji same najwyższe oceny – 41 x 5*

Marka AVON ociepliła swój wizerunek i zyskała pozytywnie nastawioną publiczność na FB

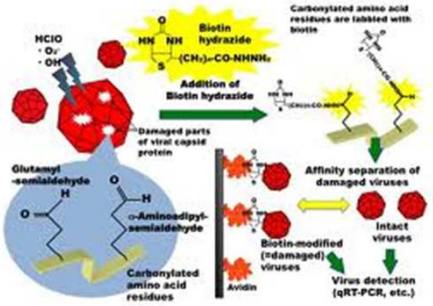
A, B i C skutecznej kampanii wirusowej

Atrakcyjny przekaz



(DNA kampanii)

Warunki do powielania



(mechanizmy wirusowe)

Zainfekowanie

(stymulowanie masy krytycznej)

Wiodący badacze wskazują przynajmniej 5 czynników wpływających na wirusowość idei

Profesor Heath, Uniwersytet Stanforda

1. Prosta
2. Zaskakująca
3. Konkretna
4. Wiarygodna
5. Emocjonalna

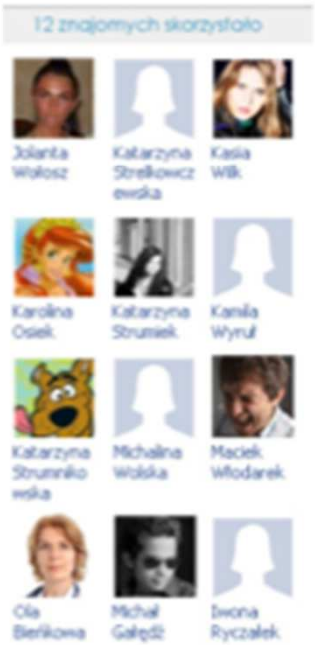
Powtórzmy

1. Prosta
2. **Zaskakująca**
3. Konkretna
4. Wiarygodna
5. Emocjonalna

Co się stało z Twoim zdjęciem profilowym?

Powtórzmy

1. Prosta
2. Zaskakująca
3. Konkretna
4. **Wiarygodna**
5. Emocjonalna



Znani i...

znajomi, którzy poparli

Powtórzmy

1. Prosta
2. Zaskakująca
3. Konkretna
4. Wiarygodna
5. **Emocjonalna**

Funkcjonalności aplikacji wspierały widoczność, wiarygodność i łatwość dzielenia się

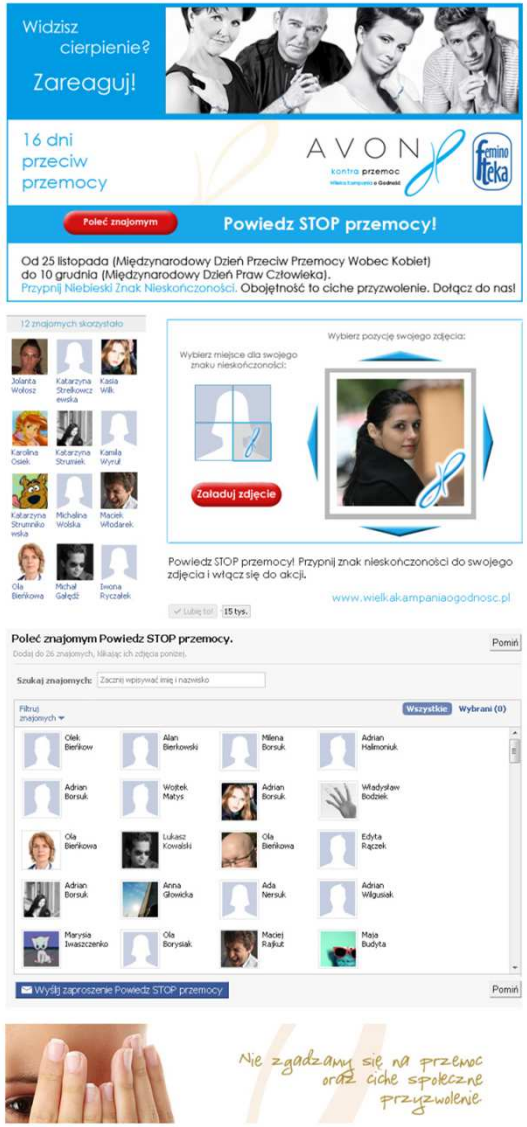
Wsparcie znanych osobistości świata dobroczynności, sztuki i sportu

Wyróżniony przycisk polecenia innym

Twarze znajomych, którzy użyli aplikacji, uwiarygadniające akcję

Możliwość polubienia strony przez pojedyncze kliknięcie

Wygodne zapraszanie znajomych do akcji jeszcze na pierwszym ekranie



Z naszą akcją dotarliśmy do użytkowników przez influencerów – wielkie aktywne strony fanowskie

Byliśmy wspierani przez wiele wiodących stron (wybrane strony, dane z grudnia)

Czekoladoholicy
230 tysięcy fanów,
5-ta strona w Polsce

Kocham moją mamę
80 tysięcy fanów

Uwielbiam gotować
25 tysięcy fanów

Trampki – kultowe buty
25 tysięcy fanów

CSR dziś musi mieć Social większe niż Corporate

Corporate
Social
Responsibility

Dislike

Corporate
Social
Responsibility

Like

Wyraźny komercyjny podtekst może wywołać spontaniczną lawinę nienawistnych komentarzy

Szczytny społeczny cel zwerbuje legion obrońców samodzielnie stających w obronie akcji