

Moving boardy pomáhali Lige

Liga proti rakovine prišla počas pripravovaného už 11. ročníka Dňa narcisov k zástupcom spoločnosti Moving Board Slovakia s jasným poslanstvom. Pre začiatok novej dekády kampane hľadáme partnerov, ktorí prinesú do komunikácie niečo nové! Podarilo sa.

Nataša Navrátilová

„Rok 2006 bol rekordným rokom tak celoslovensky ako aj v rámci Bratislavy. Najmä výťažok zo zbierky v Bratislave sa zdal byť len ťažko prekonateľný. Dnes už môžeme prezradiť, že v Lige proti rakovine si pred týmto ročníkom interne stanovili cieľ prekonať 20 mil. Sk v rámci Slovenska a 5 mil. Sk v Bratislave. Ako vieme, oba ciele sa podarilo splniť,“ hovorí o východiskovej situácii Michal Polónyi, sales director spoločnosti Moving Board Slovakia.

Plánovanie kampane

Ako sa ukázalo, spolupráca Ligy proti rakovine a spoločnosti Moving Board Slovakia, sa nezaobišla bez organizačne náročného plánu. Moving Board Slovakia bezplatne poskytla reklamné panely a spoluúčasť pri koordinácii akcie, Liga proti rakovine sa naopak podujala nájsť dobrovoľníkov, ktorí by na svojich chrbtoch nosili boardy. „Keďže ako začínajúca firma sme nedisponovali dostatočnými možnosťami na celodenné nepretržité obsadenie boardov, využitie niekoľkých z takmer 2 000 dobrovoľníkov spomedzi študentov bratislavských základných a stredných škôl a skautov bolo logickým riešením,“ hovorí o organizačnom zabezpečení kampane Michal Polónyi. Ako dodáva: „Zapálenie ľudí z ligy pre vec bolo obdivuhodné. Keďže boardy mali byť v uliciach čo najdlhšie, bolo treba zorganizovať dostatočný počet ľudí, tak aby sa pri jednom boardu vystriedalo v trojhodinových intervaloch niekoľko ľudí - nosičov. Presné naplánovanie striedaní na jednotlivých lokalitách bolo náročnou mravenčou prácou. Nakoniec sa akcie zúčastnilo 82 študentov z 8 rôznych škôl, s ktorými sme sa spolu so zástupcami Ligy proti rakovine stretli dva dni pred akciou tak, aby každý vedel, čo má robiť, kedy má kam prísť a koho má striedať.“

Moving boardy zabrali

Úlohou moving boardov bolo zvýrazniť prítomnosť dobrovoľníkov na jednotlivých stanovištiach a upútať pozornosť verejnosti v deň konania zbierky (mediálna kampaň prebiehala aj na iných typoch médií). „Promotéri nemali pri sebe poklad-



Po vzájomnej dohode nakoniec bolo rozmiestnených 24 boardov. Prvé boardy sa na stanovišťa dostali už o ôsmej ráno a posledné sa vrátili o ôsmej večer.

ničky, sprevádzali skupinky dobrovoľníkov, ktorí prispievky zbierali. Mali za úlohu priťahovať pozornosť na najfrekventovanejších miestach, kde by sa hliadky mohli tak trochu stratiť v dave. Túto úlohu plnili na výbornú. Počas celého dňa za dobrovoľníkmi s boardami chodili ľudia, ktorí chceli prispieť. Veľmi výrazne sa to prejavilo napr. na železničnej stanici, kde stačilo do stredu haly postaviť dvojicu s boardami a záujem o príspevok vzrástol. Neunikli sme ani pozornosti televíznych štábov. Nasadenie moving boardov

v hlavných správach STV, Markízy a TA3 vytváralo dojem, že moving boardy snáď sprevádzali všetkých dobrovoľníkov. V centre mesta však bolo len 8 boardov, väčšina bola rozmiestnená v nákupných centrách a na staniciach,“ bilancuje Michal Polónyi.

Podľa jeho slov, konkrétne vyčíslil efekt moving boardov nie je možné, keďže nosiči boardov sami nenosili pokladničky, fungovali v úlohe magnetov pre prispievateľov, t.j. striedali sa pri viacerých stanovištiach s pokladničkami.

„Jedenástkrát v histórii úspešného podujatia, akým je Deň narcisov vymyslieť niečo nové, čo by ľudí upútalo, nie je ľahká úloha. Sme preto veľmi radi, že sme mali možnosť patriť k prvým subjektom, ktoré využili neprehliadnuteľnosť a výraznosť nového komunikačného nosiča - moving boardu. Veríme, že k úspešnému priebehu a rekordnému výnosu zbierky v uliciach hlavného mesta dopomohli aj tieto reklamné panely, ktoré sa tak zo strany dobrovoľníkov ako i prispievajúcich tešili pozornosti. Z pohľadu organizátorov zbierky sme vyhodnotili využitie tohto nosiča ako veľmi prospešného k zviditeľneniu Dňa narcisov,“ zhodnotila za klienta Eva Kováčová, výkonná riaditeľka Ligy proti rakovine SR.

Budúcnosť

Vzhľadom na uvedené slová hodnotenia, niet sa čomu čudovať, že oba subjekty veria v budúcu spoluprácu. „Uvažujeme, že naša zaangażovanosť sa posunie od mediálnej podpory smerom k spoluorganizovaniu. Znamenalo by to, že naši promotéri by mali prídelené pokladničky a aktívne by sa zapojili do zbierky. Takisto predpokladáme výraznejšie využívanie služieb promotérov z našej spoločnosti. Okrem zníženia náročnosti prípravy takéhoto variantu by využívanie zamestnancov Moving Board Slovakia znamenalo i vylepšenie organizácie, napr. zabezpečenie dostatočného počtu dobrovoľníkov v neskorých poobedných, či večerných hodinách. Tiež uvažujeme, že by moving boardy podporili okrem Bratislavy aj iné regióny, kde je predpoklad vyššieho potenciálu,“ prognózuje podobu ďalšej spolupráce Michal Polónyi. ●

Kde boli moving boardy?

| Stanovište | Počet moving boardov |
|-----------------------------------|----------------------|
| Tesco Kamenné nám. | 4 |
| Michalská ul. /stred mesta/ | 2 |
| Hodžovo nám. - Prezidentský palác | 2 |
| Železničná stanica | 2 |
| Autobusová stanica | 2 |
| Avion + Ikea | 4 |
| OC Polus | 2 |
| OC Danubia + Tesco | 2 |
| OC Palace | 2 |
| OC Aupark | 2 |

Zdroj: Moving Board Slovakia