

Gap

cause art platform



cause art platform

Az értékmarketing partner

Szemléletformáló és/vagy forrásteremtő kampányokat szervezünk. Vállalati partnereink márkaépítését támogatjuk a klasszikus PR és marketing eszköztárán túlmutató módszerekkel.

A történetmesélés erejével dolgozunk. Hazai és nemzetközi sztárokkal felépített kampányaink emlékeztetők, nagy hatásúak, változásra inspirálnak, pozitív erejükkel széles közönséget mozgatnak meg.

B2B és B2C együttműködéseinkben többcélú, **egyedi, üzenethordozó** promóciós és partnerajándék **tárgyakat tervezünk és gyártunk.** Ezzel a vállalat reklámja mellett társadalmi hasznót, gyakran **anyagi forrást is teremtünk** a közjó különféle ügyei számára. Partnereink CauseArt-tárgyai ezért emlékezetesebbek, divatosabbak, jóval tartósabbak, mint a hagyományos promóciós és partner termékek.



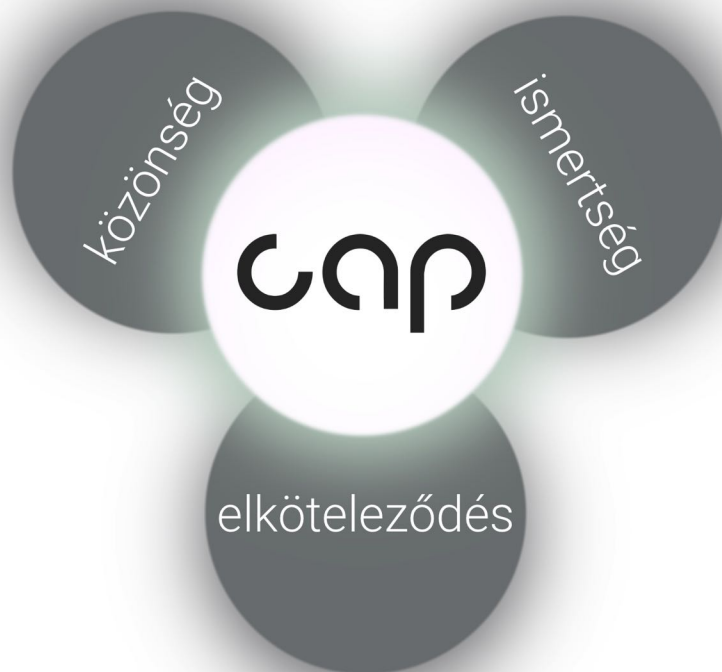
Értékmárketing kampányaink módszere

Kampányainkkal olyan értékeket közvetítünk, amelyeket a vállalat mind a saját működésében, mind közösségi-társadalmi szinten fontosnak talál. A CauseArt Platform munkája nem csupán hagyományos PR, marketing, és CSR, hanem mindhárom terület együtt.

Úgy **növeljük** a vállalat **ismertségét, elismertségét, munkavállalói és fogyasztói lojalitását**, hogy partnerünk termékeit és szolgáltatásait nem jelenítjük meg - sem direkt, sem indirekt módon. Kampányainkban kizárólag a vállalat belső és külső értékeit hangsúlyozzuk.

A módszerrel kampányaink a lehető **legszélesebb közönséget** célozzák, hiszen befogadók nem „szimatolnak” üzeneteink mögött reklámot vagy PR-t, így nyitottan fogadják be és organikusan terjesztik.

Hármas együttműködéseink (kampányok és céges tárgyak esetén egyaránt) a vállalat – CAP – nonprofit szervezetek között növeli a felkarolt ügy/érték iránti figyelmet és az **elköteleződést** is.



Értékmarketing kampányaink üzenetei példákkal

Kampánystratégiánkat partnereink értékeit megértve építjük fel, értékmarketing tárgyaink üzenetét ennek szellemében alakítjuk ki. Ezt követően az adott értéket hitelesen megjelenítő nonprofit szervezetet vonunk be, az üggyel már foglalkozó, elkötelezett közszereplőket és a médiát hívjuk segítségül.

„Belső” érték

diverz munkavállalói körrel dolgozó
élelmiszeripari cégnél

Duna közeli pihenés biztosítása
hotelláncnál

nyelvi képzést és vizsgát nyújtó
cégnél

környezetkímélő munkahelyeknél

„Külső” érték

szélesebb társadalmi
esélyegyenlőség

szennyezésmentes Duna

hátrányos helyzetű gyerekek
nyelvoktatásának segítése

környezetkímélő magánemberek és
háztartások inspirálása

„A Danubius Hotels számára fontos, hogy a Duna tiszta legyen, pet-palackoktól mentes. Legyen ez fontos nektek is!”

„A Utiber számára fontos,
hogy a szegénységben
élő gyerekek azzá
válhassanak, amire a
képessegeik lehetőséget
adnak, ne pedig azzá,
amire a körülményeik.”



„A Hungaropharma számára fontos, hogy az idősebbek gyógyszerelése és kezelése a lehető legjobb legyen. Ne felejtsünk el szívvel gondoskodni idősebb rokonainkról, szeretteinkről!”



„A Vodafone számára fontos a hátrányos helyzetű tehetségek helyzetbe hozása. Vedd ki velünk a részed az értük végzett munkánkban!”

„A Mastercard elkötelezett amellett, hogy egy gyerek se legyen funkcionális analfabéta. Az ő életük a munka világában kudarc. Segíts velünk együtt, hogy minden gyerek minőségi oktatást kapjon!”



Értékmarketing kampányaink eredménye

Üzeneteink **egyetemes értékeket közvetítenek**, átélhető emberi történeteket mesélnek el és tisztán szólnak a szívhez, az érzésekhez. Ezért kampányaink **emlékezetesebbek, inspiratívabbak**, mint a hagyományos reklám- és marketing kampányok.



Nincs mögöttük termék vagy szolgáltatás, ezért **organikus online terjedésük gyors**, a média érdeklődése magas, a csatlakozási kedv elismert közszereplők/influenszerek részéről kiemelkedő.

Kampányaink minden esetben a céges **partnereink alapértékeire épülnek**, ebből kiindulva interjúkkal, videókkal mutatjuk partnereink által a témában alkalmazott jó gyakorlatot. Portrékat, interjúkat készítünk a partnerek olyan képviselőivel, akik karizmatikusan képviselik a cégnél az adott értéket. (Például: A generációk közti jó kapcsolat kampányunkban a Hungaropharma franchise partnerei, a Gyöngy és az Alma patikák részéről gyógyszerészek arról beszéltek, milyen mindennapi küzdelmet folytatnak a patikákban a magányos idősek egészségének megőrzéséért, megfelelő gyógyszereléséért.)

Kampányaink **aktivizálják a partnervállalat dolgozóit** is. (Team-building, employer branding-hatás, HR/CSR bekapcsolása.)

Kampányaink a partner cégnek köszönhetően **nagy hatású érzékenyítést, szemléletformálást végeznek**. Nonprofit partnereink munkájának ismertsége és elismertsége hatványozódik, támogatói körük bővül, aktivistáik, önkénteseik száma nő.

Forrásteremtő értékmarketing tárgyaink - nagymértékű megrendelés esetén - nonprofit partnereink számára nem pántlikázott, **szabad felhasználású forrást biztosíthatnak**. A partner vállalat két kiegészítő szolgáltatásunk közül választhat:

- társadalmi vállalkozásként a profitunk meghatározott részét a CauseArt Platform a nonprofit szervezet rendelkezésére bocsátja, és vállalati partnere direkt adományaként kommunikálja.
- a CauseArt a profit meghatározott részéből B2C kommunikációt nyújt a cég és a nonprofit együttműködés lényegéről, céljáról. (PR)



Statement Fashion értékteremtő, üzenethordozó tárgyaink

Üzenjen valami fontosat céges tárgyaival!



Ha Ön tőlünk veszi promóciós és partner ajándékait, azzal a közjóért végzett kampányainkhoz nyújt anyagi segítséget.



Ügyeink, kampányaink támogatására a divatot is segítségül hívjuk. Tárgyaink felületén grafikával, kreatív üzenetekkel, szlogenekkel megjelenítjük vállalati partnerünk alapértékeit.



A **statement fashion** - amit a divatvilág globális szereplői is alkalmaznak - az egyik leghatékonyabb módszer ügyek és értékek kommunikálására, főleg a fiatal generációk körében.

A divatos, értékhordozó grafika miatt **tárgyaink élettartama** jóval hosszabb, személyes használata gyakoribb, mint az olyan tárgyaké, amelyeken kizárólag a cég logója jelenik meg. Tárgyainkat - kreatívan megfogalmazott üzenethordozóként - „céges ajándékból” szerethető divattáragyakká formáljuk.

Mosolyotthon Alapítvány – Mastercard

5 az 1-ben: exkluzív reklámajándék / érzékenyítés / marketing / CSR / forrásteremtés

ajándék

A CauseArt Platform a Mastercard Xborder kampányához **egyedi tervezésű** flip-flop papucsokat készített.

A CauseArt a hagyományos promóciós tárgyakat forrásteremtő és üzenethordozó felületekké varázsolta. A papucsok dizájnját a MOHA egyik **fiatal autista alkotója** adta. (exkluzív szóróajándék)

design

A vállalat pártfogásával a MOHA ismertsége **jelentősen nőtt** (Nonprofit reklám és érzékenyítés)

ismertség

kommunikáció

A tárgyak **csomagolásán és a médiában** kommunikáltuk, hogy miért fontos ez az együttműködés a Mastercardnak. (Marketing/ PR)

A megrendelés óriási volumene miatt a CAP a **profitot megosztotta** a MOHA Alapítvánnyal. Az átadott összeget a Mastercard támogatásaként kommunikáltuk. (CSR/forrásteremtés)

forrás



Így változtattunk egy konvencionális vállalati promóciós kampányt játékonysági, érzékenyítő és figyelemfelhívó kampánnyá tartósabb promóciós tárgyakkal, mint a hagyományos vállalati ajándékok.



EGYÜTTMŰKÖDÉSI MODELLÜNK MINDIG A
VÁLLALATI PARTNER IGÉNYEIHEZ
ALKALMAZKODIK.

United Way Magyarország – The Chainsmokers Mastercard – Sziget Zrt.

Sorsolásos nyereményjáték VIP élményajándékkal, alapítvány javára

Jótekonysági értékmarketing élménykampányunkhoz a világsztár DJ párost, a **The Chainsmokers**-t kértük fel nagykövetnek. A kampány mögé felsorakozó céges partnereink a United Way Magyarország értő olvasást segítő programját támogatták.

Kampányunk nagykövetei, **Andrew Taggart** és **Alex Pall** mellett elismert hazai sztárok segítettek a munkánkat: **Epres Panni**, **Iszak Eszti**, **Jaksity Kata**, **Juhász Anna**, **Magyarósi Csaba**, **Székely Martin**, **Ugron Zsolna**, **Zséda**, **Kéri András "MC Columbo"**, **Farkas Roland "Wolfie"**, **Takács Ákos**, továbbá **Bálint András**, **Bánki Gergely**, **Bán Zsófia**, **Nyáry Krisztián**, **Veiszer Alinda**, **Wossala Rozina** és **Mundruczó Kornél** és sokan mások.



A CAP a nagyszabású, országos kampányba a résztvevőket forrásteremtő **rəsd it** pólókkal, egy nyereményjátékkal vonta be. A pólók teljes bevétele a United Way Magyarország módszertani képzését támogatta. Az egyedileg számozott pólók tombolaszelvényként működtek, a nyertes számára a CauseArt Platform VIP találkozót szervezett a The Chainsmokers tagjaival.



THE CHAINSMOKERS



A kampány eredményei:

Partner vállalatunk **felbecsülhetetlen reklámértékű sztárokkal** dolgoztak együtt egy jó ügyért.

A kampány volumene, pozitív üzenete és sztár listája miatt **média elérésünk óriási volt.**

A United Way Magyarország ismertsége és **támogatottsága** az értékmaking kampányt létrehozó cégeknek köszönhetően **a sokszorosára nőtt.**

A **rəsd it** pólók – a projektben résztvevők logóival – tartósak, divatpólók, **fesztiválpólók** lettek.



Így figyelek rád! – Hungaropharma

CSR értékmarketing kampány

A **Hungaropharma** számára készített online értékmarketing kampányunk a szeretteinkről való gondoskodásra, legfontosabb kapcsolataink mélyebb, minőségi ápolására hívta fel a figyelmet. A téma köré közösséget építettünk.

Sztárjaink **Gryllus Dorka, Iszak Eszti, Király Viktor, Ganxta Zolee, Kabát Peti** voltak.



Partnerünk célja a kampánnyal: a generációk közti, jó minőségű kapcsolatok révén elérni, hogy az idősebb generációknak jobb legyen az úgynevezett „terápiás hűsége.”

Kampányunk az Online Video Award „social platformokra készült videós tartalmak” kategóriában díjnyertes lett.

Kik vagyunk?

BONDOR GABI

A CauseArt Platform társalapítója közgazdász, két világban él és mozog otthonosan, magyar-amerikai kettős állampolgárként. Jelenleg Balin él, gyermekei a világ vezető, környezettudatosságot tanító alternatív középiskolájába járnak. Egykori New York-i befektetési tanácsadó, egy évtizednyi operációs felsővezetői tapasztalattal. Wall Street-i befektetési alapoknál a vállalati filantrópia meggyökereztetése is szerves része volt munkájának.



BOMBERA KRISZTINA

A CauseArt Platform társalapítója jogász, televíziós szerkesztő, műsorvezető, tudósító. Bár karrierje nagy részét a közéletéről készített beszámolók teszik ki, húsz éve elkötelezett közösségi aktivista. Események házigazdjaként, szervezőként számos figyelemre és forrásra szoruló ügyet támogat. Újságíróként, történetmesélőként, külföldi tudósítóként rendszeresen számol be olyan civil kezdeményezésekről, vállalati és nonprofit együttműködésekről, amelyekről itthon is érdemes példát venni.

BAKÓ KRISZTINA

A CauseArt Platform munkatársa jogász, egykori újságíró, cégvezető. Évtizedes tapasztalattal rendelkezik a versenyszférában ingatlanfejlesztés, beruházások, valamint szervezeti tanácsadás terén. A közösség iránt elkötelezett városvezetőként dolgozott támogatásra szoruló csoportokkal és szervezetekkel, illetve kulturális és környezetvédelmi, energiahatékonysági projekteken. Tevékenysége eredményeként is kezdte meg munkáját a sérülékeny csoportok érdekében eljáró, első helyi ombudsman Magyarországon.



Korábbi partnereink

