



KAMPANJA Z VPLIVNEŽI

LIFE IP CARE4CLIMATE (LIFE17 IPC/SI/000007)

Naslov dokumenta

E6.1 Kampanja z vplivneži_Campaign design

Avtor: Nina Falež

Urednik: Jelena Mugoša, Urška Ogrin

Ljubljana, junij 2021

LIFE IP CARE4CLIMATE (LIFE17 IPC/SI/000007) je integralni projekt, sofinanciran s sredstvi evropskega programa LIFE, sredstvi sklada za podnebne spremembe in sredstvi partnerjev projekta.

Za več informacij obiščite www.care4climate.si.

Vsak partner v projektu LIFE IP CARE4CLIMATE je odgovoren za strokovnost vsebin in sporočila v dokumentih in stališčih, ki jih pripravi oziroma izrazi v okviru navedenega projekta.

Kampanja z vplivneži

V kampanji se bomo povezali z mladimi slovenskimi vplivneži, ki imajo na Instagramu veliko sledilcev in podpirajo trajnost ter so usklajeni s cilji projekta LIFE IP CARE4CLIMATE. Cilj kampanje je vključiti mlade (16-24 let) in mlade družine (do 40 let) v globlje pogovore o pomenu trajnostne mobilnosti, odpadne hrane in nizkoogljične družbe ter jim prikazati primere iz resničnega trajnostnega življenja ljudi, katerim sledijo in jih občudujejo. Kampanja bo del akcije E 6.1 (Vključevanje mladih odraslih v prostovoljne akcije blaženja podnebnih sprememb), pokriva pa tudi akciji E 6.2 (Hekaton na temo blaženja podnebnih sprememb) in E6.3 (Vključevanje ciljne publike o energetske učinkovitosti). Celotna kampanja bo razdeljena na 3 vsebinske sklope. To so Trajnostna mobilnost, Odpadna rana in Nizkoogljična družba.

A campaign with Instagram influencers

In this Instagram campaign, we will connect with young Slovenian influencers who have many followers and support sustainability and are in line with the goals and objectives of the LIFE IP CARE4CLIMATE project. The aim of the Instagram campaign is to involve young people (16-24 years old) and young families (up to 40 years old) in deeper conversations about sustainable mobility, food waste and low-carbon society, and to show them real-life examples of people who they follow and admire. This Instagram campaign is part of Action E 6.1 (Engaging young adults on voluntary ccm actions) and covers also Action E 6.2 (Hackathon series on CCM) and Action E 6.3 (Engaging target audiences on energy efficiency). The entire campaign will be divided into 3 content sections. These are Sustainable Mobility, Food Waste and Low Carbon Society.

1 UVOD

Namen vplivnostne kampanje je identifikacija specifičnih ciljnih skupin z ravnanji vplivnežev. Sama kampanja sloni na digitalnih video vsebinah vplivnežev, ki jih bodo plasirali sledilcem v prepoznavni kampanjski formi, torej s ključnima kampanjskima elementoma.

V ta namen bomo vplivnežem pripravili preproste grafične elemente kot so GIFi in filtri, ki jih uporabljajo vplivneži na platformi Instagram.

Razlogi za sodelovanje z vplivneži:

- Število kampanj z vplivneži po svetu strmo narašča, čemur pričajo tudi podatki o vrednosti trga za vplivnostni marketing, ki se je med leti 2017 in 2020 več kot potrojil.
- V Sloveniji skoraj 58 % moških, in 42 % žensk pritrjuje trditvi, da znane osebe vplivajo na njihove nakupne odločitve.
- Skoraj 62 % žensk z veseljem sledijo vplivnežev na družbenih omrežjih, med tem ko moški to počnejo v manjši meri (38 %)
- Najbolj verjetno je, da bodo znane osebe vplivale na nakupne odločitve sledilcev med 18 – 44 let.

Vplivneži nam bodo v projektu LIFE IP Care4Climate pomagali širiti osnovno idejo projekta prav tako pa bodo številna Moja dejanja lahko pokazali v praksi.

1.1 TRAJNOSTNA MOBILNOST

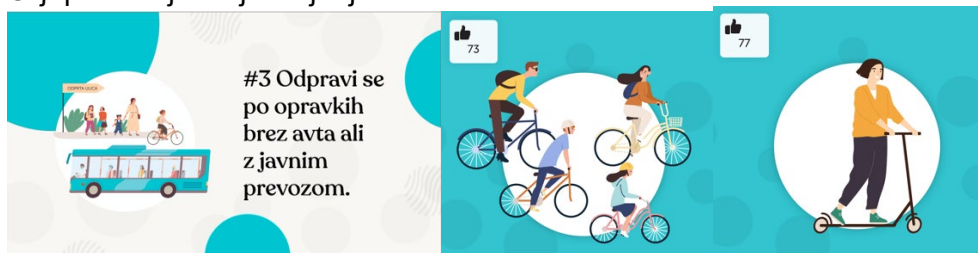
Evropski teden mobilnosti (16. – 22. september)

Termin kampanje: 12. septembra – 24. septembra

Velikost kampanje: 10 mikrovplivnežev + 3 vplivneži večjega dosega

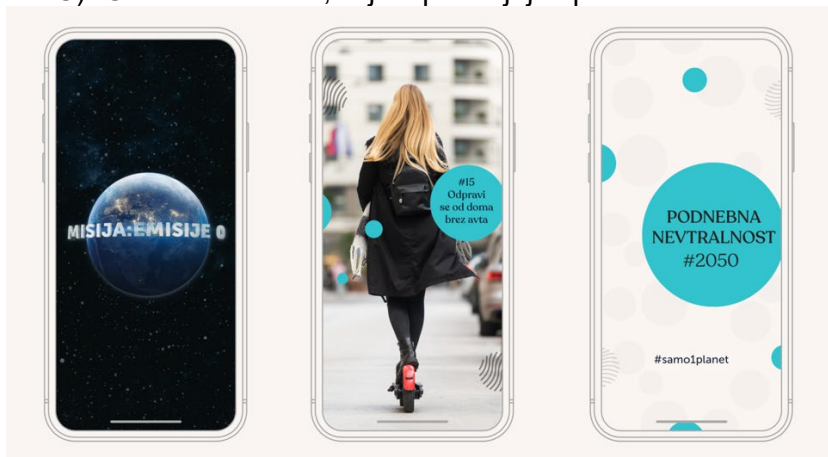
1.1.1 VSEBINA KAMPANJE:

A) Cilj: promocija Mojih dejanj



- Misija: vse svoje poti v tednu mobilnosti opraviš brez avta oziroma z javnim prevozom.
- Izvedba: Vplivneži med tednom mobilnosti vse svoje poti, tudi daljše, opravljajo nizkoogljično. Z eno od aplikacij za merjenje razdalje (npr. Strava) merijo svoje poti, ki jih opravijo peš, s kolesom, skirojem, javnim prevozom. Ob tem naletijo tako na pozitivne stvari (npr P+R, brez iskanja parkirišč v mestih, dodatna telesna aktivnost itd) kot na izzive (npr s kolesom po dežju, pomanjkanje kolesarskih stez itd). Svoje izkušnje delijo s sledilci, hkrati pa vestno merijo svoje nizkoogljične poti in na koncu tedna ta rezultat pretvorijo v otipljiv rezultat - prihranek CO2.
- Interaktivnost: vplivneži k izzivu povabijo tudi svoje sledilce, ki delijo svoje izkušnje in nizkoogljične razdalje. Za posebne dosežke lahko vplivneži določenim sledilec podarijo tudi manjše uporabne nagrade (kolesarska / skiro oprema, karte za javni prevoz itd)

- B) Ključniki, ki jih uporabljajo vplivneži: #samo1planet #podnebnanevtralnost #misijaemisije0 #tedenmobilnosti ...
- C) Grafični elementi, ki jih uporabljajo vplivneži:



1.1.2 Predlogi vplivnežev večjega dosega:

David Urankar - 40.4 k sledilcev: <https://www.instagram.com/david.urankar/>

Nina Gaspari – 19.6k sledilcev: <https://www.instagram.com/ninagaspari/>

Neja Jesenko – 24.4k sledilcev: <https://www.instagram.com/nejajesenko/>

1.1.3 Predlogi mikro vplivnežev

Katja Pušavec – 4128 sledilcev: https://www.instagram.com/katja_pusavec/

Nina Lipovšek – 5145 sledilcev: https://www.instagram.com/nina_lipovsek/

Tina Deu – 2807 sledilcev: <https://www.instagram.com/tinainfantje/>

Monika – 4896 sledilcev: <https://www.instagram.com/cvetlicnoobarvana/>

Gala Lukman - 2845: <https://www.instagram.com/pravilnlajf/>

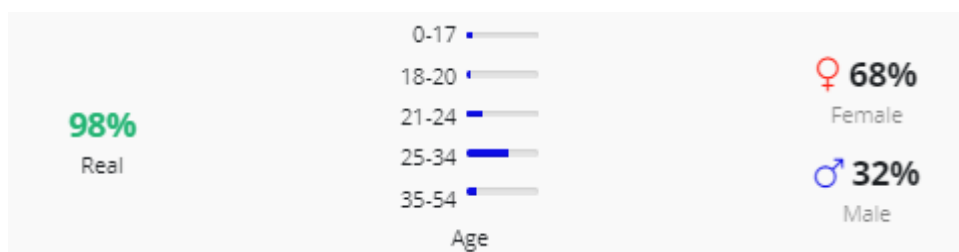
Natalija Kotnik - 1531: https://www.instagram.com/mami_v_taktu.si/

Monika Kuzman - 4382: <https://www.instagram.com/monikakuzman/>

Tina Blažič - 3306 sledilcev: <https://www.instagram.com/tinaablazic/>

Naja Rebec & Dino Šunjerga – 9067 sledilcev: <https://www.instagram.com/one2sweat/>

Nejc Pongrac – 2838 sledilcev: <https://www.instagram.com/nejcpongprac/>



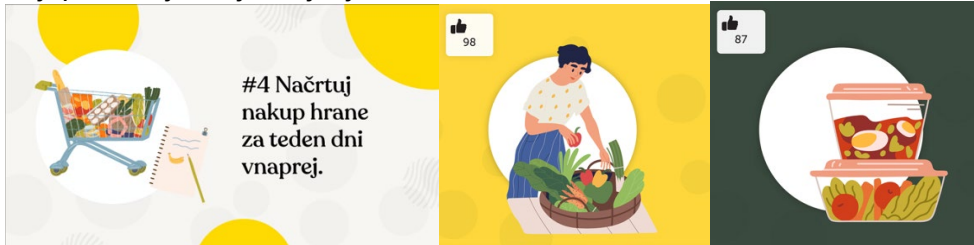
1.2 ODPADNA HRANA

Mednarodni dan ozaveščanja o izgubah hrane in odpadni hrani (29. september) + hekatlon o odpadni hrani (16. In 17. Oktober)

- Termin kampanje: 29. septembra – 17. oktobra
- Velikost kampanje: Nišni vplivneži (kulinarika) – 7 večjega dosega in 3 mikro vplivneži

1.2.1 VSEBINA KAMPANJE:

A) Cilj: promocija mojih dejanj



- B) Misija: ali lahko preživim teden brez zavržene hrane oziroma jo zreduciram na najni minimum.
- C) Izvedba: Vplivneži najprej opravijo tedenski nakup, ki bo zadostoval za celoten teden. V naslednjih dneh jih sledilci spremljajo, kako s hrano gospodarijo (sledijo rokom uporabe, prerazporejajo živila v hladilniku, sledijo certifikatom lokalne in sezonske hrane itd). Vsak dan vplivneži predstavijo en recept, ki omogoča ostanke hrane ponovno uporabiti naslednji dan za novo jed. Predstavijo možnosti trajnostnega embaliranja in shranjevanja hrane, izgradnje domačega kompostnika itd. Ob koncu tedna ocenijo količino nezavržene hrane in jo pretvorijo v otipljiv rezultat – prihranek CO₂.
- D) Interaktivnost: vplivneži k izzivu povabijo tudi svoje sledilce, ki delijo svoje izkušnje in ideje za ponovno uporabo hrane. Za posebne dosežke lahko vplivneži določenim sledilec podarijo tudi manjše uporabne nagrade (trajnostne embalaže, domače kompostnike, načrtovalce nakupov itd)
- E) Dopolnilna rešitev: določeni vplivneži se udeležijo hackatona ter delijo ideje in vtise iz dogodka.
- F) Število objav na dan: ...
- G) Ključniki, ki jih uporabljajo vplivneži: #samo1planet #podnebneevtralnost #misijaemisije0 #odpadnahrana0 ...
- H) Grafični elementi, ki jih uporabljajo vplivneži:

Kampanja sodelovanja z vplivneži



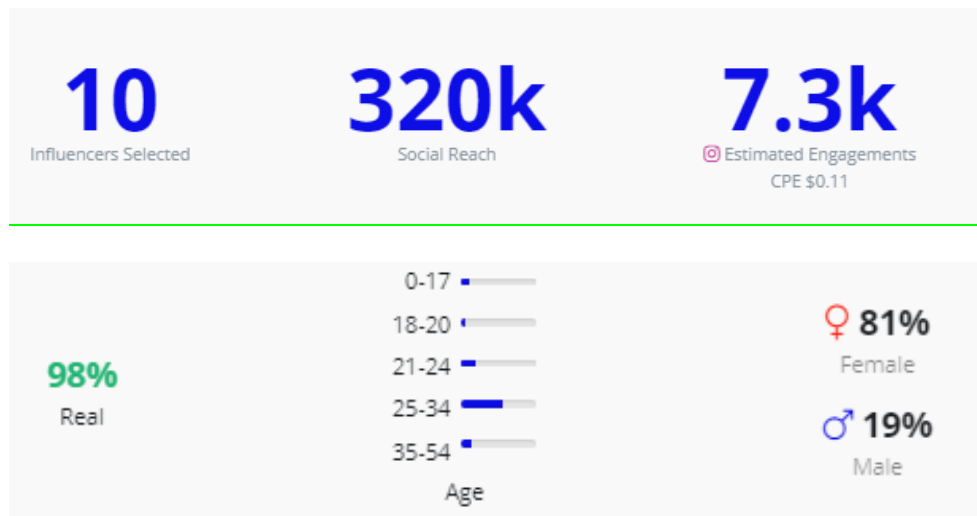
1.2.2 Predlog nišnih vplivnežev večjega dosega:

Sašo Sketa – 16.7 k sledilcev: <https://www.instagram.com/sasosketa/?hl=en>

Tereza Poljanič – 15.1k sledilcev: <https://www.instagram.com/mamakuha/?hl=en>
Urška Fartelj – 35.8k sledilcev: <https://www.instagram.com/220stopinjposevno/?hl=en>
Vita Starman – 16.3k sledilcev: <https://www.instagram.com/mamakuha/?hl=en>
Tjaša in Blaž – 21.1k sledilcev: <https://www.instagram.com/midvakuha/?hl=en>
Polona – 15.1k sledilcev: <https://www.instagram.com/zlata.pticka/>
Bruno Šulman – 16.1k sledilcev: <https://www.instagram.com/dbroonch/>

1.2.3 Predlog mikro vplivnežev:

Lea – 6363 sledilcev: https://www.instagram.com/leina_kuhinja/
Neja – 11800 sledilcev: https://www.instagram.com/everyday_breakfast_club/
Petra Birsa – 4244 sledilcev: <https://www.instagram.com/njamimami/>



1.3 NIZKOOGLJIČNA DRUŽBA

Najbolj široko in prilagodljivo področje. Konkretno vsebine bodo določene skupaj s partnerji projekta.

- Termin kampanje: 1. december – 20. December
- Velikost kampanje: 3 vplivneži večjega dosega + 17 nano/mikro vplivnežev

1.3.1 VSEBINA KAMPANJE:

- A) Cilj: promocija mojih dejanj
- B) Misija: veseli december brez emisij
- C) Izvedba: Vplivneži preživljajo tipične decembrske aktivnosti kot junaki planetarnega gibanja Misija:emisije0. Opominjajo na presežno potrošnjo in prakticirajo trajnostno nakupovanje / obdarovanje / praznovanje. Konkretna dejanja bodo določena in usklajena skupaj s partnerji. Aktivnosti se zaključijo z novo izvedbo novoletnih zaobljub.

1.3.2 Predlogi vplivnežev večjega dosega

Nika Veger – 13.9k sledilcev: <https://www.instagram.com/nikaveger/>

Nika Krmeč – 61.1k sledilcev: <https://www.instagram.com/nikakrmec/>

Uroš Bitenc – 24.8k sledilcev: <https://www.instagram.com/urusb/>

1.3.3 Predlogi nano/mikro vplivnežev

Valentina Poljak – 2190 sledilcev: <https://www.instagram.com/valentina.poljak/>

Laura Mercina Mrak – 1764 sledilcev: <https://www.instagram.com/arhimama.blog/>

Petra Šorn – 1202 sledilcev: https://www.instagram.com/petra_sorn/

Martina Švab – 4950 sledilcev: <https://www.instagram.com/martinasvab/>

Janja Klanšček – 1070 sledilcev: <https://www.instagram.com/life.with.jk/>

Manca Čampa Pavlin – 1431 sledilcev: <https://www.instagram.com/mancacampapavlin/>

Tina Modlic – 4804 sledilcev: <https://www.instagram.com/barvish.si/>

Anja Papuga – 3200 sledilcev: <https://www.instagram.com/anjapapuga/>

Blaž Mehle - 3571 sledilcev: <https://www.instagram.com/blazkuha/>

Erika Kobal – 4297 sledilcev: <https://www.instagram.com/vodenevadbe.si/>

Emanuela – 4115 sledilcev: <https://www.instagram.com/samomama.emanuela/>

Tamara Lesinšek – 4541 sledilcev: https://www.instagram.com/t_as_tasty/

Zvezdana Mlakar – 7709 sledilcev: https://www.instagram.com/zvezdana_mlakar/

Anja Pristavec – 1227 sledilcev: <https://www.instagram.com/anjapristavec.befit/>

Staša Grom - 8019 sledilcev: https://www.instagram.com/stasa_ichflove/

Danaja Simonič – 1890: <https://www.instagram.com/mamiinatinasolati/>

Jaka Debeljak – 3953 sledilcev: https://www.instagram.com/coach_jaka/

