

Aj keď sú na mobile, stále sú to deti. O2 spúšťa kampaň k novej SIM-ke O2 Junior navrhutej pre rodičov

O2 prináša svojim zákazníkom jedinečnú [SIM kartu O2 Junior](#) navrhnutú pre potreby rodičov, ktorí chcú mať aktivity svojich detí v dobe nových digitálnych technológií pod palcom. Ide o ďalšiu kreatívnu kampaň, ktorá prináša zákazníkom jednoduché riešenie, čím nadväzuje na posolstvo „Pretože nám záleží“.

V Bratislave, 22. apríl 2024

„Aj keď sú na mobile, stále sú to deti. Majte ich bláznovstvá pod palcom so SIM-kou O2 Junior“ znie v [najnovšom kampaňovom spote](#) od O2. Ústredným motívom sú malí uličníci, ktorí robia šibalstvá nielen vo fyzickom svete, ale aj v tom digitálnom. Atmosféru podčiarkuje známa melodická pieseň Chráň svoje bláznovstvá od Petra Nagya.

„Pri navrhovaní kampane sme vychádzali zo zistení, že rodičia chcú mať väčší prehľad o tom, čo robia ich deti v digitálnom svete. V kampani sme sa preto zamerali na metaforu detského uličníctva, ktorá ukazuje, že deti vedia ako v normálnom, tak aj v digitálnom svete kadečo vyparatiť,“ približuje komunikačný expert Lukáš Valla. Operátor preto v kampani odpovedá na túto zákaznícku potrebu komunikačným posolstvom: Prinášame jednoduché riešenie pre všetkých rodičov.

[Benefitmi SIM-ky O2 Junior](#) sú jednoduché riadenie mobilnej spotreby, bezpečnostná ochrana pred neželaným obsahom a inými nástrahami internetu. Taktiež garancia toho, že dieťa sa vždy dovoľá, pretože má neobmedzené volania a SMS na 3 telefónne čísla do všetkých sietí.

Kampaň štartuje televíznym spotom, na ktorý sa bude napájať online komunikácia. Súčasťou kampane budú aj neobvyklé outdoorové formáty, ako napríklad mega-donut na billboarde, rollovací citylight, a tiež interaktívny streetart mural na fasáde bytovky v Starom Meste.

„Tvorili sme mimoriadne náročnú, ale verím, že aj užitočnú kampaň pre rodičov. Jej súčasťou je street art od OVE pictures, ktorý sa vyjadruje k téme detí v digitálnom svete. Niečo iné vidíte na



ňom voľným okom, niečo iné cez vytvorený filter. Pretože pozerat' sa na danú tému očami detí aj rodičov sme sa snažili v celej kampani,“ hovorí Vlado Kurek, kreatívny riaditeľ TRIAD-u.

[Spot si môžete pozrieť TU.](#)

Vizitka kampane

Klient: O2 Slovakia – Lukáš Valla, Štefan Póša, Natália Sinay, Radka Rýzková, Veronika Vicenová

Agentúra: TRIAD

Creative director: Vlado Kurek

Chief Creative & Strategy Director: Martin Woska

Strategy: Šimon Gál, Monika Farkašová

Idea & Copywriter: Šimon Gál, Juraj Stehlík

Art director: Kamil Krajniak

Graphic Designer: Andrea Vargová, Miloš Karapancsik

Social media: Soňa Kočková

Account director: Martin Pajerský

Account manager: Natália Blašková, Nikola Fedorjaková

Produkcia: PROTOS PRODUCTIONS

Režisér: Jonáš Karásek

Kamera: Juraj Chlpík

Produkčný manažér: Andrea Mlynková

Postprodukcia: Studio Ekran

Originálna nahrávka: Peter Nagy - Chráň svoje bláznovstvá

Aranžmán: Viktor Hazard

Spev: Stella Surin

Všetky tlačové správy nájdete na www.spolocnost.o2.sk/tlacove-centrum/tlacove-spravy.

O spoločnosti O2 Slovakia, s.r.o.

O2 je na Slovensku najrýchlejšie rastúcim mobilným operátorom. Od začiatku svojho pôsobenia prináša revolučné riešenia, otvorenú komunikáciu a férovosť pre všetkých zákazníkov bez rozdielu. S jednoduchým portfóliom produktov systematicky mení pravidlá mobilnej komunikácie. Ako prvý priniesol na Slovensko skutočne neobmedzený program na volania a SMS, ako prvý uviedol komerčnú testovaciu prevádzku LTE siete, či ponúkol platby mobilom prostredníctvom NFC technológie. Vysokú kvalitu poskytovaných služieb zohľadňuje aj získanie certifikátu QMS podľa normy ISO 9001.