

Οδηγίες Συμπλήρωσης:

- Συμπληρώστε όλα τα απαραίτητα πεδία χρησιμοποιώντας font **Calibri 10pt**
- Μην υπερβαίνετε το όριο των λέξεων

**Κατηγορία: Εταιρική Υπευθυνότητα / ΜΚΟ****Τίτλος Συμμετοχής: Αξίζει να τρέξουμε****Brand (Προϊόν/Υπηρεσία): Σταθμοί Χαράς****Εταιρία/Πελάτης: IKEA****Διάρκεια Καμπάνιας: Από 12/03/19****Έως 18/04/19****Οικονομικός Απολογισμός**

Αφορά μόνο τις συμμετοχές που διαγωνίζονται στην Κατηγορία Low Budget

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer in mollis tortor. Fusce sed ultricies turpis. Cras metus lectus, scelerisque et ligula a, bibendum semper nulla. Curabitur vel condimentum sapien. Mauris eu neque ut turpis laoreet cursus eu sed sem. In egestas elementum lacus vulputate posuere. Sed luctus mauris at ante mollis viverra. Phasellus ut orci nec sapien viverra iaculis. Integer consectetur leo ligula, ac varius felis fringilla non. Praesent euismod facilisis risus vitae sodales. Proin diam nisl, varius tincidunt.

**Σύντομη περιγραφή συμμετοχής**

(40 λέξεις max)

Δημιουργήσαμε μια ενέργεια στην οποία κάθε αθλητής της IKEA RUNNING TEAM τρέχει για ένα συγκεκριμένο προϊόν μας, που θα προσφέρουμε μέσω του Προγράμματος «Σταθμοί Χαράς» σε Δημοτικούς Βρεφικούς και Παιδικούς Σταθμούς. Οι δρομείς μας έτρεξαν για την MAMMUT. Και για την MÅLA. Και για την FLISAT.

**Περιγραφή του προβλήματος/ευκαιρίας (100 λέξεις max)**

Ανάπτυξη του προβλήματος/ευκαιρίας, της φύσης της επιχείρησης/οργανισμού για λογαριασμό του οποίου πραγματοποιήθηκε το πρόγραμμα.

Η IKEA δημιούργησε το 2013 την IKEA Running Team με σκοπό την ενίσχυση του Προγράμματος Εταιρικής Υπευθυνότητας «Σταθμοί Χαράς», μέσω του οποίου εξοπλίζει Δημοτικούς Βρεφονηπιακούς και Παιδικούς Σταθμούς. Όχημα είναι η συμμετοχή σε Διοργανώσεις Μαραθωνίων. Η συμμετοχή στον Μαραθώνιο μετατρέπεται συμβολικά σε ενίσχυση της προσφοράς της εταιρείας μέσα από το πρόγραμμα. Θέλαμε λοιπόν να δημιουργήσουμε μία ενέργεια που θα συνδέει τη συμμετοχή στον Μαραθώνιο με το πρόγραμμα Σταθμοί Χαράς.

**Η Ιδέα - (Σε μια πρόταση, έως 25 λέξεις)**

Να δημιουργήσουμε μία ενέργεια που θα συνδέει τη συμμετοχή στον Μαραθώνιο με το πρόγραμμα Σταθμοί Χαράς.

**Υλοποίηση (150 λέξεις max)**

Παρουσίαση των συγκεκριμένων ενεργειών υλοποίησης και των σταδίων ανάπτυξης του έργου.

Δημιουργήσαμε μια ενέργεια στην οποία κάθε αθλητής της IKEA RUNNING TEAM τρέχει για ένα συγκεκριμένο προϊόν μας, το οποίο θα προσφέρουμε μέσω του Προγράμματος «Σταθμοί Χαράς». Οι δρομείς μας έτρεξαν για την MAMMUT. Και για την MÅLA. Και για την FLISAT. Η πόλη της Θεσσαλονίκης, δύο ημέρες πριν την διεξαγωγή του 14ου Διεθνούς Μαραθωνίου «Μέγας Αλέξανδρος» γέμισε Installations με πρωταγωνιστές τα αγαπημένα αντικείμενα που εξοπλίζουν τους Δημοτικούς Βρεφονηπιακούς και Παιδικούς Σταθμούς. Σε κάθε installation γινόταν ενημέρωση για το πρόγραμμα και παρακίνηση για μία συμβολική διαδρομή με το συλλεκτικό T-shirts της ενέργειας. Οι συμμετέχοντες έπρεπε να διανύσουν μία συμβολική διαδρομή μέχρι το επόμενο Installation. Παράλληλα, μία ημέρα πριν τον αγώνα, οι Onirama εμφανίστηκαν ξαφνικά στην Πλ. Αριστοτέλους και τραγούδησαν για τους «Σταθμούς Χαράς» με την πλατεία να γεμίζει κόσμο και να παρακολουθεί ευχάριστα ξαφνιασμένος. Τέλος, την ημέρα του αγώνα, δημιουργήθηκε ειδικό βάθρο με νικητές τους «Σταθμούς Χαράς» και τα παιδικά έπιπλα IKEA.

**Αξιολόγηση/Αποτελέσματα (100 λέξεις max)**

Προσδιορισμός, ανάλυση και ποσοτικοποίηση των αποτελεσμάτων. Θα πρέπει να αναφερθούν σαφή αποτελέσματα που να αποδεικνύουν την εκπλήρωση των προσχεδιασμένων στόχων του προγράμματος.

Οι συμμετοχές με την IKEA Running Team ξεπέρασαν τις 1.000. Για 3 ημέρες η παραλιακή της Θεσσαλονίκης, κατά μήκος της διαδρομής του Μαραθωνίου, γέμισε με 6 Installations που είχαν το μήνυμα της ενέργειας και το χαρακτηριστικό παιδικό αντικείμενο, κινώντας την περιέργεια των περαστικών. Περισσότεροι από 3.000 άνθρωποι σταμάτησαν στα installations, περισσότεροι από 1.000 άνθρωποι έκαναν την συμβολική διαδρομή φορώντας τα συλλεκτικά T-shirts. Η συμμετοχή των Onirama με FB Live από τη σελίδα της IKEA Greece είχε 95K προβολές και των Onirama 4,5K προβολές.

**Σχεδιασμός/Στρατηγική (150 λέξεις max)**

- » Στόχοι του προγράμματος και κριτήρια αξιολόγησης της επιτυχίας του
- » Κοινό στόχος και μηνύματα επικοινωνίας
- » Στρατηγική προσέγγισης

Οι δρομείς συνηθίζουν να αφιερώνουν κάθε αγώνα, κάθε διαδρομή, σε ένα αγαπημένο πρόσωπο. Έτσι δίνουν στην προσπάθειά τους την επιπλέον συναισθηματική αξία που θα τους δώσει δύναμη, για να ολοκληρώσουν τον στόχο τους. Στον συγκεκριμένο αγώνα Τρέχουμε για την MAMMUT. Και για την MÅLA. Και για την FLISAT. Στόχος του Προγράμματος ήταν να ενημερωθεί όσο το δυνατόν περισσότερος κόσμος για το Πρόγραμμα και να συμβάλει με τη συμμετοχή του στη στήριξη του προγράμματος. Η επικοινωνία ξεκίνησε με την πρόσκληση για εγγραφή των συμμετεχόντων (αφίσα, newsletter), συνεχίστηκε με ΚΤΧ στο περιοδικό του Μαραθωνίου και ολοκληρώθηκε με τα Installations στο κέντρο της Θεσσαλονίκης για 3 ημέρες.

**Ποιο ήταν το Διεθνές Concept και πως η καμπάνια σας διαφοροποιήθηκε ή/και εξέλιξε αυτό; (100 λέξεις max)**

*Αφορά μόνο τις συμμετοχές που διαγωνίζονται στην Κατηγορία Διεθνές Concept.*

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer in mollis tortor. Fusce sed ultricies turpis. Cras metus lectus, scelerisque et ligula a, bibendum semper nulla. Curabitur vel condimentum sapien. Mauris eu neque ut turpis laoreet cursus eu sed sem. In egestas elementum lacus vulputate posuere. Sed luctus mauris at ante mollis viverra. Phasellus ut orci nec sapien viverra iaculis. Integer consectetur leo ligula, ac varius felis fringilla non. Praesent euismod facilisis risus vitae sodales. Proin diam nisl, varius tincidunt vulputate sit amet, cursus eget sem. Mauris dignissim leo urna, at rhoncus eros pulvinar sed. Fusce congue vehicula sapien, vel.*

**Δείγμα Διεθνούς Δημιουργικού Υλικού (jpg ή URL)**

*Αφορά μόνο τις συμμετοχές που διαγωνίζονται στην Κατηγορία Διεθνές Concept.*

