



SOCIAL PLAN H1 2020

proposed by **T&A Ogilvy**



BRIEF— RECAP

To awake & trigger the market demand for **a truly green clean**.

To hook the market to establish Seventh Generation as a truly safer brand, highlighting **the uniqueness & genuine of 97% plant-based ingredient** (vs. other baby products).



SEVENTH GENERATION THE ONLY REAL NATURAL

A brand that stands by truth and honesty at any cost.

In social conversations, Vietnamese people tend to avoid giving blunt comments due to politeness, especially among acquaintances/ friends. These mostly compliment conversations are true, but somehow not-to-the-point.

As a brand that always commit transparency, we want to spread out the **“Keep It Real”** message, encouraging people to share straight-to-the-point opinions on themselves and others in charming and local-relevant ways.

Considering cultural context, the “real” essence of this campaign will stay in the territory of being “inspirational” and “humoristic” and avoid “satire” or “sarcasm”.

”



OUR — CHALLENGE

How can the brand own “Keep it real” effectively and -

1. Not being offensive
2. Be able to go viral / trigger consumer engagement
3. Have room to integrate functional benefit of the product



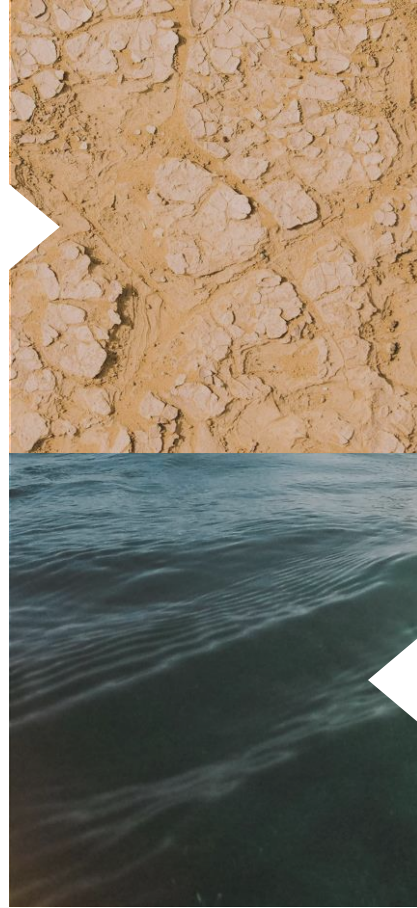
introducing



NÓI THẬT
SỐNG THẬT



MICROSITE



Confession microsite

Key asset for get buzz from the concept 'Keep it real' or How to make #Keepitreal not offensive

This is a place for consumers to confess facts about their family members/friends or themselves. The “real” they haven't shared ever.

A wife can confess that she is tired of her mother-in-law, who always complain everything she does.
A son can tell that his dad that his singing voice is not well and he spends too much time on karaoke.
A husband can share that his wife's “best” soup is a little bit sweet for him, (but he loves it anyway).



FRAME 1:



SỰ THẬT ĐỐI SỰ THẬT.
SVG đã “thú tội”, bạn có dám làm vậy ko?

Trang chủ hiển thị các facts về SVG, slide liên tục.

Button thách thức người chơi tham gia.

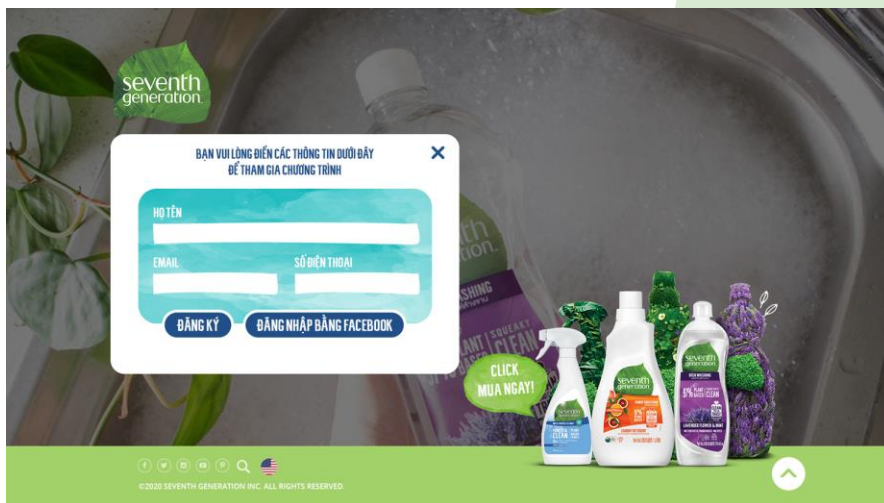
(optional: để cập đến giải thưởng ngay frame này để trigger users submit)

Hình background là hình lifestyle / nature của SVG thay đổi liên tục.

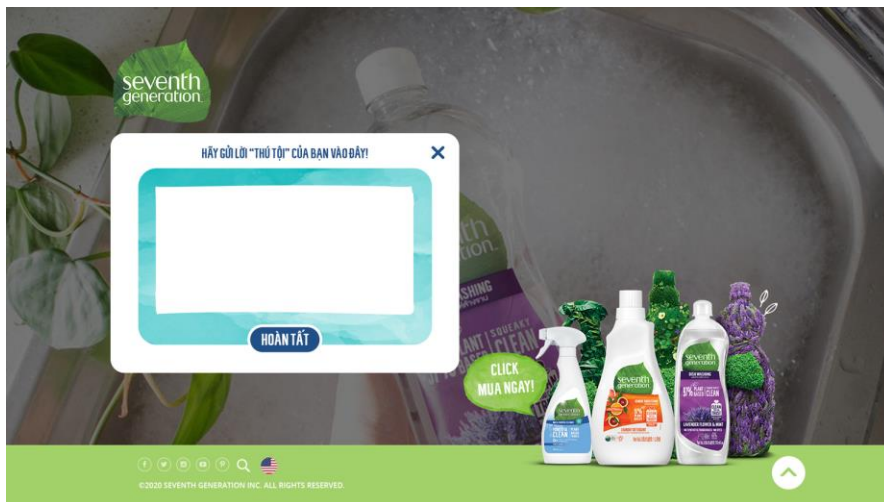
Luôn có bubble mua hàng ecom cạnh sản phẩm (button).

FRAME 2:

Hiện ra khung đăng nhập/ đăng ký



Sau khi user đăng nhập thành công, chuyển thẳng đến khung submit nội dung lời thú tội.



FRAME 3:

Hiện thị thumbnail lời thú tội của user kèm 2 buttons:

1- Chia sẻ ngay để nhận ưu đãi từ SVG (sampling)

(optional: ghi full thể lệ các ưu đãi: share để nhận sampling, kêu gọi 3 bạn click vào link chia sẻ thì người host sẽ nhận dc code giảm giá)

2- Xem thêm những confession khác



FRAME 4:

Trang hiển thị các confession khác.

Nút return cuối trang để về homepage & nút CTA link về Ecom.

Những confession của SVG được chèn giữa loạt confession khác (những đoạn này sẽ có hình nền là hình ảnh thật).



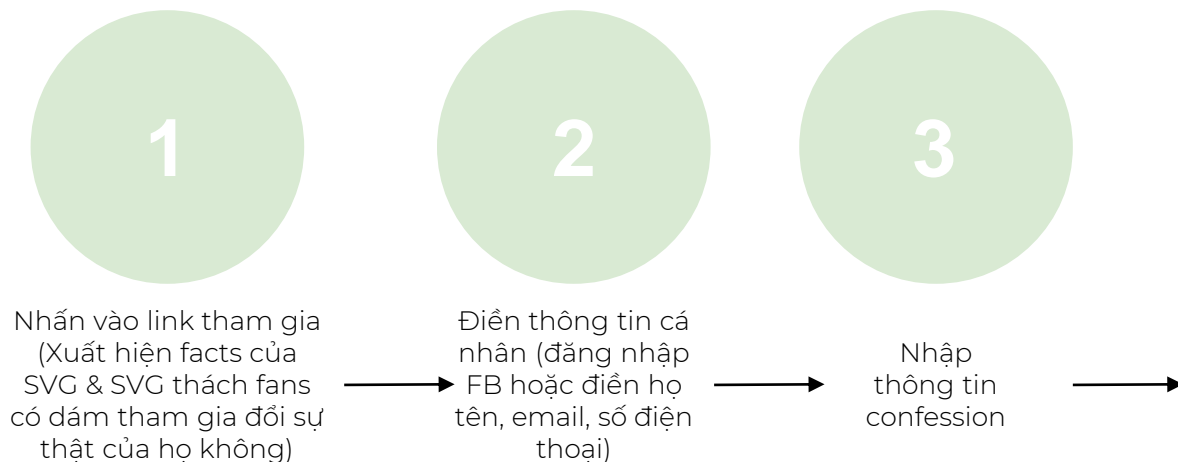
In addition, to attract even more participants and trigger them to take action

**When the microsite harvests enough
1000 confessions, Seventh Generation
will launch 50% promotion discount
on Shopee for everyone**



Consumer's journey

- Promotion scheme



Chia sẻ bài tham gia về trang facebook cá nhân & hashtag để được nhận sample.

Kêu gọi bạn bè cùng tham gia. Chỉ cần đủ 3 người bạn cùng nhấn vào link chia sẻ thì người host sẽ nhận được CODE mua hàng giảm giá.



THANK
YOU!