

<b>Projekt:</b>	<b>EUROBEST – BRIEF</b>
<b>Probléma:</b>	Tök jellemző, hogy a régi (nem csak nagyon régi, hanem csak simán használt, amit nem adtál el) mobilokat fogjuk és kidobjuk vagy elsúvasztjuk őket egy szekrény alá, még akkor is, ha amúgy működnének.
<b>Telekom szerepe:</b>	<p>A Telekom szeretne valami valóban hasznosat kezdeni ezzel a jelenséggel. Az, hogy mit az rájuk van bízva, de a Telekomos erőforrásokat (boltok, saját felületek, disztribúció, hálózat, saját csatornák, stb) szabadon használhatják és még kampányt is építhettek a megoldásokra.</p> <p>Milyen irányban lehet gondolkozni? Bármilyenben. Lehet, hogy ez most nem tűnik segítségnek, de nagyon sok oldalról meg lehet közelíteni ezt a témát: generációk közötti kapcsolat, edukáció, fenntarthatóság, művészeti projekt, üzleti megoldás, stb. A lényeg, hogy valami olyan megoldással álljatok elő, amiben aktív szerepe van a Telekomnak, és ami hasznosítja a szekrények alján porosodó, de működő telefonokat.</p>
<b>WHAT – Mi a feladatunk?</b>	
<b>Feladat</b>	<p>Egy nagy ötletet várunk, amivel a Telekom izgalmasan/érdekesen/hasznosan oldhatja meg ezt a problémát, adhat választ erre a jelenségre, vagy aktivizálhatja a célcsoportot.</p> <p>Találjatok ki egy megoldást és építsetek rá egy kampányt, amit három különböző felületen/csatornán mutattok be.</p>
<b>WHO - Kihez szeretnénk szólni?</b>	
<b>Célcsoport</b>	<p>Elsődleges célcsoport: early adopterek, akik elsőként váltják le készülékeiket a legújabb modellekre.</p> <p>Másodlagos célcsoport: mindenki, akiknél lapul ilyen nem használt telefon, és akiknek az ötletek érdekes lehet vagy megoldást jelenthet valamilyen problémájára.</p>