



DOBROCZYNNOŚĆ

W OKULARACH VR

Wirtualna rzeczywistość z impetem weszła do świata marketingu. Nowoczesne organizacje pozarządowe, wyczuwając ten trend, same zaczęły używać gogli VR, aby promować swoje działania. Oto kilka metod zastosowania wirtualnej rzeczywistości wśród organizacji charytatywnych:



Zwiększanie świadomości na temat problemów społecznych, poprzez przeniesienie odbiorców w różne miejsca na świecie za pomocą gogli VR



VR to metoda na świeży, skuteczny marketing, który może zaoferować niespotykane dotąd doświadczenia. Dlatego też doskonale sprawdza się przy zbieraniu datków.



VR pomaga potrzebującym zapoznać się z tym, w jaki sposób organizacja może pomóc im w ich problemach



Przeniesienie się do wirtualnego świata to także dobra metoda do nauki nowych umiejętności, np. pierwszej pomocy

THANKYOU

Zabranie kogoś w podróż do cyfrowej rzeczywistości może być również ciekawą formą podziękowania za wsparcie

PRZYKŁADY KAMPANII VR



Charity:water za pomocą okularów VR pokazało swoim darczyńcom, jak ciężka jest codzienna droga po wodę 13-letniej dziewczynki ze wschodniej Afryki. Nowatorska metoda prezentacji pozwoliła uświadomić skalę tego problemu oraz zebrać więcej datków niż zazwyczaj.

Hospicjum **Royal Trinity** zabiera swoich potencjalnych pacjentów i ich rodziny w wirtualną podróż po swoich wnętrzach. Wizyta w ośrodku za pomocą gogli VR ma ograniczyć stres i niepokój oraz być łagodnym wstępem przed fizycznym pobytem w hospicjum.



Cancer Research UK przeprowadziło bardzo udaną kampanię zbierania funduszy na walkę z rakiem. Aby podziękować swoim dobroczyńcom, organizacja zabrała ich do wirtualnego ogrodu, gdzie zasadzono 100 tysięcy kwiatów - jeden za każdego darczyńcę.

www.soldevelofoundation.org

[facebook.com\soldevelofoundation](https://facebook.com/soldevelofoundation)