

Srdcom doma 2023 - vyhodnotenie kampane

Autor: Samuel Zubo, verzia: 1, v Prahe dňa 10.8.2023

Stručne

Srdcom doma o.z. realizovalo od 9.6.2023 do 9.8.2023 **prvú časť** mobilizačnej **kampane** k voľbám 2023 zameranú na voličov v zahraničí.

Výsledkom je **32% nárast počtu žiadostí** o voľbu poštou: **72993**. V roku 2020 ich bolo 55253. Považujeme to za veľký úspech vzhľadom k letnému obdobiu, počas ktorého sú mnohí občania rozcestovaní a odpojení od sledovania spravodajstva.

Verme, že ich Slovensko pretaví do vyššej kooperácie so svojimi občanmi v zahraničí.

V roku 2024 sa uskutočnia na Slovensku prezidentské voľby. Občania v zahraničí sa ich nemôžu zúčastniť. Ani poštou, ani na veľvyslanectvách.

Sme jednou z posledných krajín Európy s priamou voľbou prezidenta, ktorá svojim občanom odopiera možnosť voliť si hlavu štátu zo zahraničia.

V predvolebnej kampani **pred parlamentnými voľbami 2023** budeme upozorňovať voličov v zahraničí na to, ktoré **politické strany** bojujú **proti zapájaniu sa občanov v zahraničí** do správy vecí verejných. Budeme tiež pripomínať, aby voliči, ktorí si podali žiadosť o voľbu poštou, nezabudli **včas odoslať hlasovací lístok** na MV SR tak, aby tam bol doručený do 29.9. 12:00 na obed.

Detaily

Do mobilizačnej kampane sa zapojilo **45 neziskových organizácií** na Slovensku a **krajanských organizácií** v zahraničí, **osobnosti** verejného života i **občania** na Slovensku a v zahraničí:

- +421
- Bohemia seura ry
- Bonafide
- Brain Board
- Celé Slovensko číta deťom
- Centrum Dobrovoľníctva BB
- Centrum komunitného organizovania
- Centrum pre filantropiu
- Centrum pre filantropiu n.o.
- Cesta von
- České a Slovenské Okénko
- Domka
- Equita
- Friends of Slovakia
- Global SLOVAKIA
- Globsec
- Growni
- Iniciatíva Inakosť
- Leaf
- Memo98
- Mladí o.z.
- My sme les
- Nadácia Ekopolis
- Nie v našom meste!
- OZ SYTEV
- PDCS
- Pontis
- Postbellum
- Pražská kaviareň z.s.
- Rakúsko-Slovenský kultúrny spolok
- Rimavská kaviareň
- Sebavedomé Slovensko
- SGN
- Slovak Pro
- Slovak Theatre London
- Slovaks in Luxembourg ASBL
- Slovensko-nemecký kultúrny klub
- Slovensko.digital
- Srdcom doma o.z.
- Veda chce žiť

- Via Iuris
- Zastavme korupciu
- Zmúdri
- Zmúdri.sk
- Žijem vedu




[link na obrázok](#)

Ako **najzásadnejšie** vnímame, že do kampane sa zapojili osobnosti, ktoré rozšírili informácie o možnosti a potrebe voliť poštou zo zahraničia medzi svojich fanúšikov. Občania žijúci na Slovensku i v zahraničí potom tieto výzvy ďalej zdieľali a vyzývajúci svojich známym v zahraničí na účasť na voľbe poštou.

Spomeňme aspoň **niektoré z osobností**, ktorým patrí **obrovská vd'aka**. Robili to vo voľnom čase a **bez nároku na honorár**:

- 👤 herečka a speváčka Zea - Alžbeta Ferencová
- 👤 herečka Táňa Pauhofová
- 👤 herec Robo Jakab
- 🎸 hudobník Martin Valihora
- 👤 herečka Natália Germáni
- 👤 herec Štefan Martinovič
- 🎬 moderátor Sajfa - Matej Cífra
- 👤 herečka Anna Rakovská
- 👤 filmová režisérka Tereza Nvotová
- 🎤 hudobná producentka Katarzia - Katarína Kubošiová
- 🎤 spevák a textár ADNOXS - Adam Pavlovčín
- 🎤 hudobník a textár Isama Zing - Jonatán Pastirčák
- 👤 topmodelka Barbora Brušková
- 🎤 speváčka Jana Kirschner
- 🎬 moderátorka Veronika Ostrihoňová

- 📖 spisovateľka Tamara Šimončíková Heribanová
- 🎤 vedec Pavol Čekan
- 👤 herečka Eva Pavlíková
- 👤 herečka Martina Znamenáčková
- 👤 herec Andrej Polák
- 🎤 stand-up komik Michael Szatmary
- 👤 marketérka, Ľudmila Kolesárová
- 👤 Pr manager Barbara Jagušák Heribanová
- 👤 herec Juraj Kemka
- 👤 herečka Nataša Grambličková
- 🎤 speváčka Zuzana Mikulcová
- 👤 moderátorka Kristína Tormová
- 👤 moderátorka Katarína Balážiová - Becca
- 👤 moderátor Rastislav Iliev
- 👤 herečka Barbora Palčíková
- 🎤 speváčka, skladateľka Zuzana Smatanová
- 👤 teoretický fyzik Samuel Kováčik,

 herec Juraj Bača

Srdečne ďakujeme!

Voličov oslovovali dobrovoľníci na hudobných festivaloch Metronom festival v Prahe 22.-24.6.2023 a Pohoda 6.-8.7.2023. Hlavnými komunikačnými kanálmi boli:

- <https://Volby.SrdcomDoma.sk>
- <https://www.facebook.com/srdcomdoma>
- <https://instagram.com/srdcomdoma>
- <https://twitter.com/srdcomdoma>
- <https://www.youtube.com/@srdcomdoma>
- <https://www.linkedin.com/company/srdcomdoma>

Kampaň bola nestranička. Nepodporujeme žiadnu konkrétnu politickú stranu.

V kampani sme sa prihovárali voličom v pozitívnom duchu, bez strašenia, pripomínajúc pozitívne okamihy zo života na Slovensku v detstve, v mladosti, vzťah k rodine a možnosť posunúť Slovensko k moderným krajinám, s dobre fungujúcim štátom, z ktorých voliči v zahraničí majú osobné pozitívne skúsenosti.

Cieľmi našej kampane presahujú voľby do NR SR:

- [Mobilizácia 100 000 občanov v zahraničí k voľbám 2023.](#)
- [Posilnenie vzťahu Slovenska k občanom žijúcim v zahraničí.](#)
- [Angažovanie občanov v zahraničí v prospech Slovenska.](#)

Na kampani spolupracovali profesionáli a dobrovoľníci pro bono, bez nároku na finančnú odmenu. Špeciálne poďakovanie patrí profesionálom, ktorí sa podieľali kampani, alebo občasne pomohli pročom ich pomoc bola významná. Svoju činnosť vykonávali bez nároku na odmenu:

- Vlado Lackovič, Slovak PRO - marketingová stratégia, médiá, vzťahy s diasporou
- Mária Izakovičová - PPC reklama
- Matúš Grešš - PPC reklama
- Dennis Fino a Barney Studio - copywriting, grafické vizuály, šablóny, bannery pre PPC reklamu, fotobanka
- Katarína Kubošiová Katarzia - komunikácia s osobnosťami
- Tereza Nvotová - komunikácia s osobnosťami
- Jakub Goda, za online kampaňovú podporu
- Tomáš Kriššák, za online kampaňovú podporu
- Pavlovi Čekanovi za podporu na sociálnych sieťach a komunikáciu s osobnosťami
- Andrea Michalcová, za prepojenie na české médiá
- David Gaydečka, Metronome festival Praha
- Adele Krížovskej za animáciu ku kampaňovému videu
- Majklovi Velnerovi za strih kampaňového videa

Ďakujeme za veľmi dobrú spoluprácu zástupcom štátnych orgánov:

- Eve Chmelovej, riaditeľke Odboru volieb, referenda a politických strán
- Kataríne Králikovej, riaditeľke Komunikačného odboru Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR

Financovanie kampane

Doterajšie príjmy kampane:

- Crowdfundingová kampaň [Donio.sk](#) 3143 €
- Crowdfundingová kampaň [Darujme.sk](#) 86 €
- [Transparentný účet](#) 55 €
- Nadácia Pontis 1000 €
- Nadácia Slovenskej sporiteľne 3100 €

Doterajšie vyúčtované výdavky kampane:

- Online reklama Google 2447 €
- Online reklama Meta 407 €
- Iné služby 2400 €
- Doprava 300 €
- Materiál 400 €

Ďakujeme **Nadácii Slovenskej sporiteľne** a **Nadácii Pontis** a všetkým darcom a darkyniam. Bez ich pomoci by kampaň nemohla byť realizovaná.

- pokračovanie na ďalšej strane -

Ďalej nasleduje rozbor oslovovania voličov v online kampani

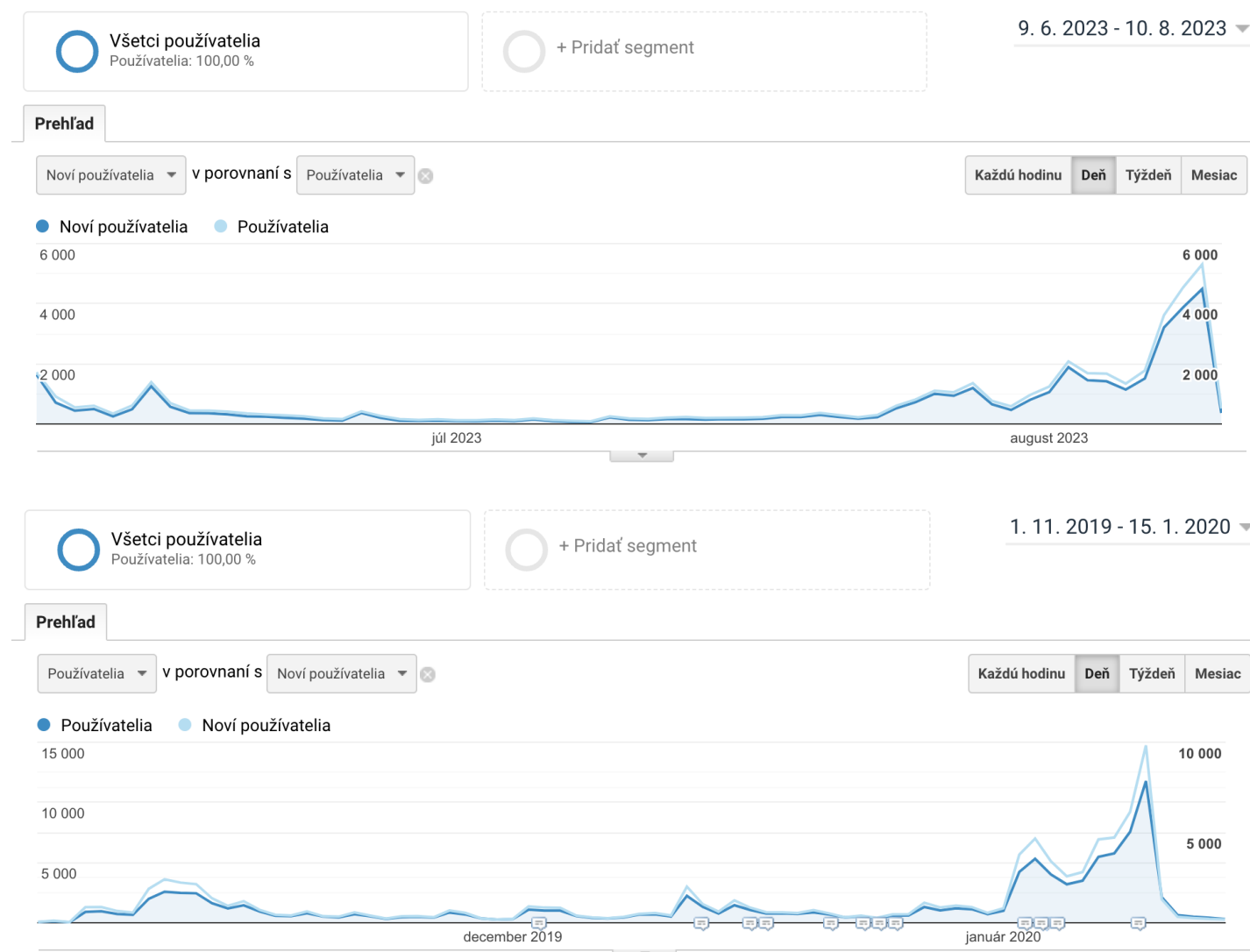
V kampani sme komunikovali náš web <https://volby.srdcomdoma.sk> ako miesto, kde majú záujemcovia začať registráciu. Bolo to z dôvodu lepšej zapamätateľnosti adresy v porovnaní s adresou na ktorej bol oficiálny formulár MV SR.

Návštevnosť nášho webu tak priamo súvisí so záujmom občanov o registráciu. Nie je nijakým prekvapením. Podobný priebeh mala krivka aj v roku 2020.

Mižšie denné počty užívateľov nášho webu oproti kampani v roku 2020 súvisí s tým, že v roku 2020 sme priamo na našom webe mali aplikáciu, ktorá generovala žiadosti pre voľbu poštou. V týchto voľbách je aplikácia na webe MV SR a časť užívateľov začínala proces registrácie bez návštevy nášho webu.

Web Srdcom doma a teda aj kampaň zohrali veľkú úlohu v mobilizácii občanov.

Používatelia







Z ktorých krajín prichádzali užívatelia

2023:

Krajina [?]	Akvizícia		
	Používatelia [?] ↓	Noví používatelia [?]	Relácie [?]
	38 952 % z celkovej hodnoty metriky: 100,00 % (38 952)	39 270 % z celkovej hodnoty metriky: 100,03 % (39 259)	52 025 % z celkovej hodnoty metriky: 100,00 % (52 025)
1. Slovakia	13 508 (33,24 %)	13 135 (33,45 %)	16 900 (32,48 %)
2. Czechia	9 343 (22,99 %)	9 115 (23,21 %)	12 241 (23,53 %)
3. United Kingdom	3 072 (7,56 %)	2 999 (7,64 %)	4 021 (7,73 %)
4. Germany	2 431 (5,98 %)	2 334 (5,94 %)	3 183 (6,12 %)
5. Austria	2 273 (5,59 %)	2 199 (5,60 %)	2 856 (5,49 %)
6. United States	2 166 (5,33 %)	1 986 (5,06 %)	2 863 (5,50 %)
7. Switzerland	1 247 (3,07 %)	1 213 (3,09 %)	1 598 (3,07 %)
8. Netherlands	604 (1,49 %)	579 (1,47 %)	794 (1,53 %)
9. Canada	461 (1,13 %)	442 (1,13 %)	580 (1,11 %)
10. Ireland	456 (1,12 %)	441 (1,12 %)	603 (1,16 %)
11. France	450 (1,11 %)	430 (1,09 %)	587 (1,13 %)
12. Italy	410 (1,01 %)	392 (1,00 %)	519 (1,00 %)
13. Denmark	404 (0,99 %)	394 (1,00 %)	538 (1,03 %)
14. Norway	370 (0,91 %)	357 (0,91 %)	469 (0,90 %)
15. Spain	367 (0,90 %)	355 (0,90 %)	469 (0,90 %)
16. Belgium	295 (0,73 %)	282 (0,72 %)	366 (0,70 %)
17. Australia	236 (0,58 %)	234 (0,60 %)	306 (0,59 %)
18. Croatia	173 (0,43 %)	165 (0,42 %)	202 (0,39 %)
19. Sweden	160 (0,39 %)	151 (0,38 %)	187 (0,36 %)
20. India	155 (0,38 %)	155 (0,39 %)	180 (0,35 %)
21. Indonesia	147 (0,36 %)	141 (0,36 %)	173 (0,33 %)
22. Luxembourg	144 (0,35 %)	136 (0,35 %)	183 (0,35 %)
23. Poland	143 (0,35 %)	141 (0,36 %)	200 (0,38 %)
24. Hungary	136 (0,33 %)	130 (0,33 %)	153 (0,29 %)
25. Portugal	113 (0,28 %)	110 (0,28 %)	150 (0,29 %)

2020:

Krajina ?	Akvizícia		
	Používatelia ? ↓	Noví používatelia ?	Relácie ?
	88 089 % z celkovej hodnoty metriky: 100,00 % (88 089)	88 110 % z celkovej hodnoty metriky: 100,16 % (87 973)	120 057 % z celkovej hodnoty metriky: 100,00 % (120 057)
1.  Slovakia	33 268 (36,96 %)	32 592 (36,99 %)	41 684 (34,72 %)
2.  Czechia	17 686 (19,65 %)	17 326 (19,66 %)	24 856 (20,70 %)
3.  United Kingdom	9 631 (10,70 %)	9 551 (10,84 %)	13 637 (11,36 %)
4.  Germany	4 919 (5,47 %)	4 791 (5,44 %)	6 623 (5,52 %)
5.  Austria	3 586 (3,98 %)	3 457 (3,92 %)	4 849 (4,04 %)
6.  Switzerland	3 026 (3,36 %)	2 957 (3,36 %)	4 097 (3,41 %)
7.  United States	2 719 (3,02 %)	2 682 (3,04 %)	3 560 (2,97 %)
8.  Netherlands	1 530 (1,70 %)	1 480 (1,68 %)	2 096 (1,75 %)
9.  Ireland	1 498 (1,66 %)	1 490 (1,69 %)	2 135 (1,78 %)
10.  Denmark	1 223 (1,36 %)	1 200 (1,36 %)	1 710 (1,42 %)
11.  France	1 033 (1,15 %)	1 006 (1,14 %)	1 382 (1,15 %)
12.  Canada	1 020 (1,13 %)	1 018 (1,16 %)	1 518 (1,26 %)
13.  Belgium	986 (1,10 %)	966 (1,10 %)	1 335 (1,11 %)
14.  Norway	916 (1,02 %)	903 (1,02 %)	1 313 (1,09 %)
15.  Australia	891 (0,99 %)	876 (0,99 %)	1 241 (1,03 %)
16.  Spain	807 (0,90 %)	784 (0,89 %)	1 113 (0,93 %)
17.  Italy	802 (0,89 %)	774 (0,88 %)	1 065 (0,89 %)
18.  Sweden	377 (0,42 %)	366 (0,42 %)	525 (0,44 %)
19.  Poland	331 (0,37 %)	309 (0,35 %)	415 (0,35 %)
20.  Luxembourg	290 (0,32 %)	277 (0,31 %)	379 (0,32 %)
21.  Hungary	280 (0,31 %)	258 (0,29 %)	324 (0,27 %)
22.  United Arab Emirates	234 (0,26 %)	224 (0,25 %)	320 (0,27 %)
23.  Finland	181 (0,20 %)	168 (0,19 %)	259 (0,22 %)
24.  New Zealand	158 (0,18 %)	155 (0,18 %)	241 (0,20 %)
25.  Cyprus	126 (0,14 %)	123 (0,14 %)	159 (0,13 %)

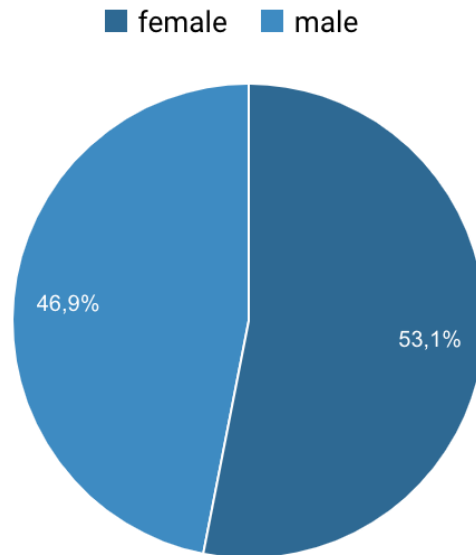
Pohlavie

2023

Tak ako v roku 2020 prichádzalo na stránky mierne viac mužov. Zaujímavé je, že na sociálnych sieťach boli aktívnejšie ženy. Častejšie zdieľali

Pohlavie

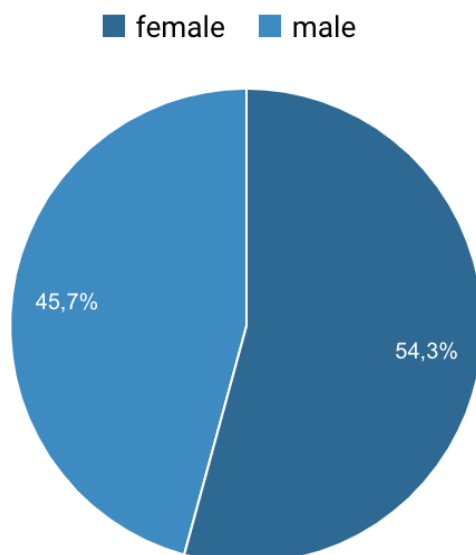
32,31 % z celkovej hodnoty metriky používateľa



2020

Pohlavie

20,40 % z celkovej hodnoty metriky používateľa



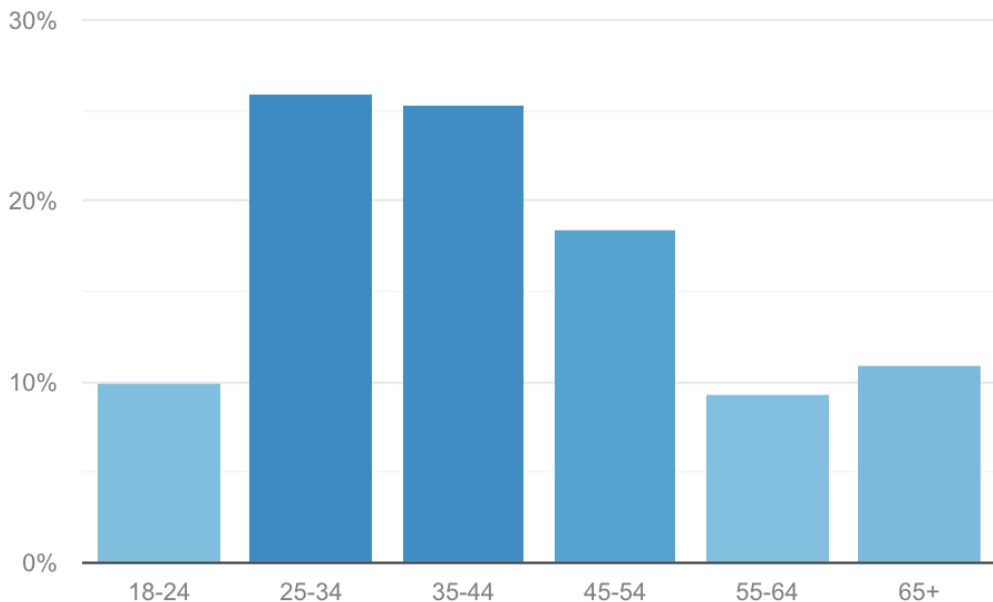
Vek

2023

Veková štruktúra záujemcov o voľbu poštou sa oproti voľbám v r. 2020 zmenila. Oproti roku 2020 je krivka vyrovnannejšia s rovnomernejším zastúpením rôznych vekových stupňov, ale s jadrom voličov vo veku medzi 25 až 54 rokov.

Vek

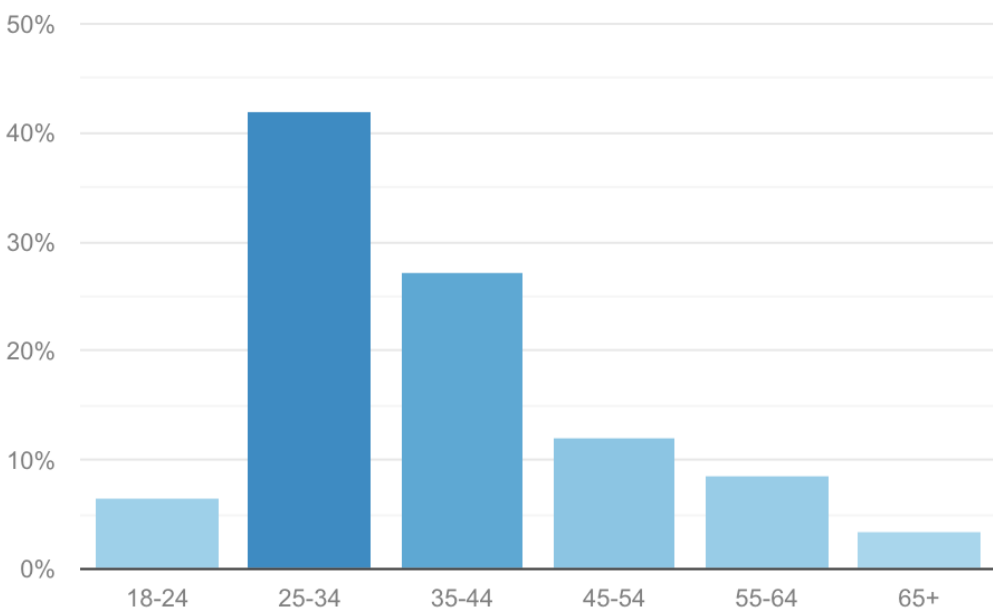
31,96 % z celkovej hodnoty metriky používateľa



2020

Vek

20,27 % z celkovej hodnoty metriky používateľa

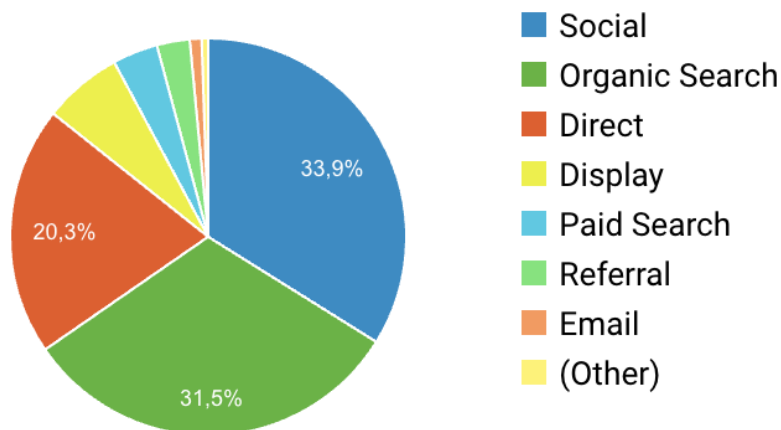


Zdroje návštevnosti

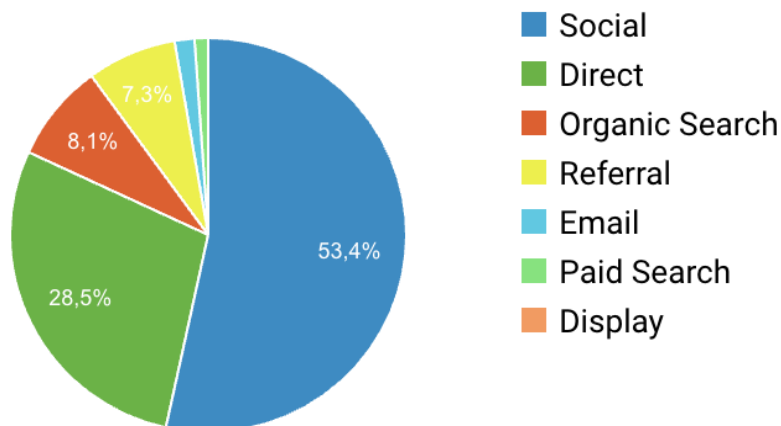
2023

Znalosť výrazu "srdcom doma" narástla a až 20% všetkých návštev prichádzala na web priamym zadaním adresy volby.srdcomdoma.sk, resp. srdcomdoma.sk do prehliadača.

Z dôvodu obmedzených financií sme nemohli investovať dostatok prostriedkov do display online kampane. Na každých 1000 € ktoré sme investovali sme získali 888000 zobrazení bannerov na internetových stránkach a tie by znamenali 3516 ďalších užívateľov, ktorí by klikli na banner a dostali sa tak na web Srdcom doma s informáciami o voľbe poštou.



2020



Zariadenia

2023

Takmer 77% občanov pristúpilo na stránky srdcomdoma.sk z mobilného telefónu.

Kategória zariadenia ?	Akvizícia		
	Používatelia ? ↓	Noví používatelia ?	Relácie ?
	38 940 % z celkovej hodnoty metriky: 100,00 % (38 940)	39 263 % z celkovej hodnoty metriky: 100,03 % (39 252)	52 015 % z celkovej hodnoty metriky: 100,00 % (52 015)
1. mobile	30 301 (76,75 %)	30 165 (76,83 %)	39 718 (76,36 %)
2. desktop	8 642 (21,89 %)	8 566 (21,82 %)	11 626 (22,35 %)
3. tablet	536 (1,36 %)	532 (1,35 %)	671 (1,29 %)

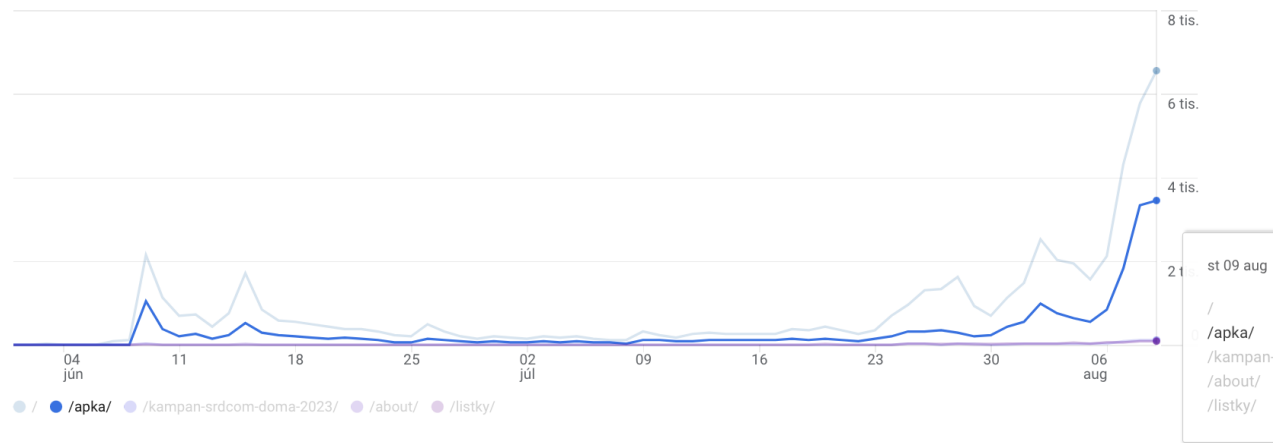
2020

Kategória zariadenia ?	Akvizícia		
	Používatelia ? ↓	Noví používatelia ?	Relácie ?
	88 089 % z celkovej hodnoty metriky: 100,00 % (88 089)	88 110 % z celkovej hodnoty metriky: 100,16 % (87 973)	120 057 % z celkovej hodnoty metriky: 100,00 % (120 057)
1. mobile	59 698 (67,41 %)	59 313 (67,32 %)	80 888 (67,37 %)
2. desktop	26 994 (30,48 %)	26 930 (30,56 %)	36 632 (30,51 %)
3. tablet	1 866 (2,11 %)	1 867 (2,12 %)	2 537 (2,11 %)

Preklik do Online formulára MV SR

Len posledný deň, 9.8. kedy sa podľa MV SR zaregistrovalo 9000 voličov k voľbe poštou, prišlo do online formulára cca 3442 používateľov zo stránky srdcomdoma.sk (presmerovanie cez odkaz /apka/). Z toho je možné usudzovať, že web združenia zohral zásadnú rolu v smerovaní záujemcov o voľbu poštou na stránky MV SR.

Metrika Zobrazenia podľa dimenzie Cesta k stránke a trieda obrazovky v priebehu času



Sociálne siete

Kampaň sme viedli na sociálnych sieťach:

Facebook: [srdcomdoma](#)

Instagram: [srdcomdoma](#)

Twitter: [srdcomdoma](#)

Youtube: [@srdcomdoma](#)

LinkedIn: [srdcomdoma](#)

Najvýznamnejšími boli Instagram, Facebook a Twitter.

Publikum - Facebook a Instagram

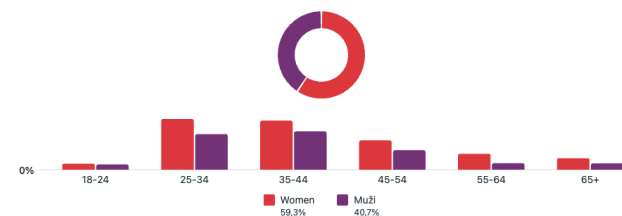
Publikum

Aktuálne publikum Potenciálne publikum

Facebook followers

7 077

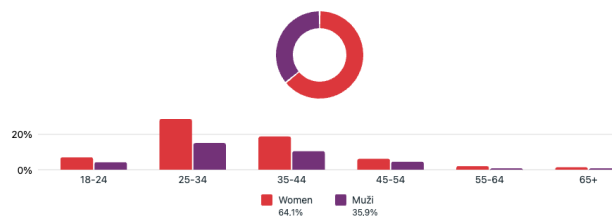
Pohlavie a vek



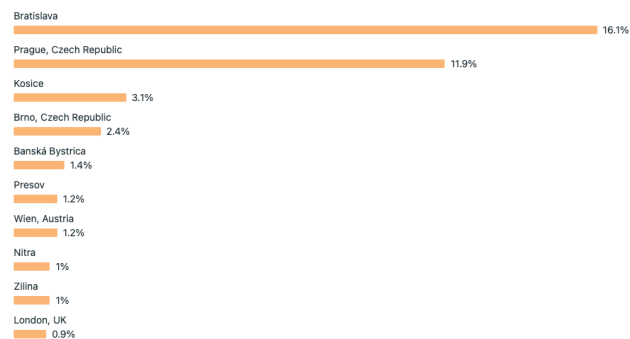
Instagram followers

2 300

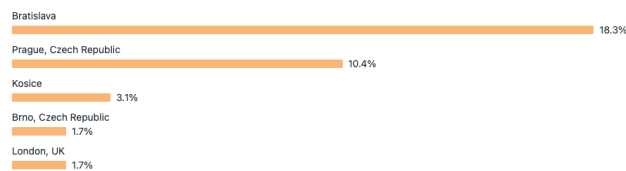
Pohlavie a vek



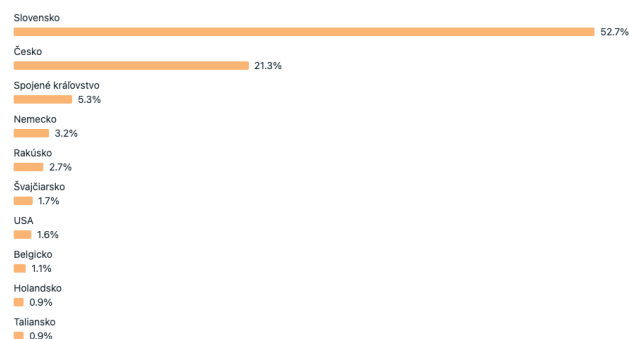
Najčastejšie mestá



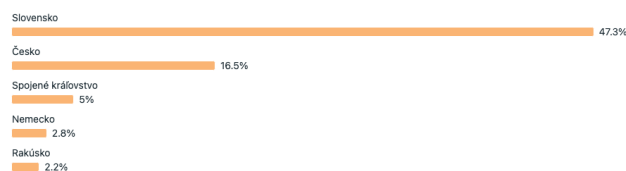
Najčastejšie mestá



Najčastejšie krajiny



Najčastejšie krajiny

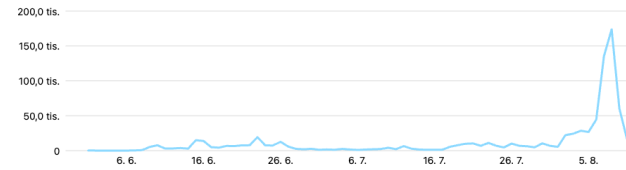


Dosah

Dosah

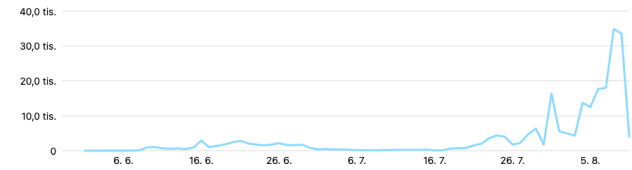
Facebook reach [ⓘ]

468 436 ↑ 4,7 tis. %



Instagram reach [ⓘ]

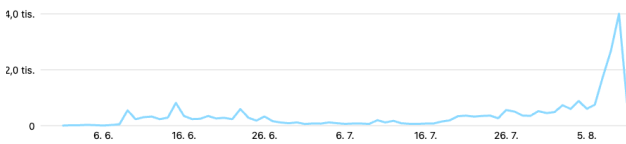
137 993 ↑ 20,8 tis. %



Page and profile visits

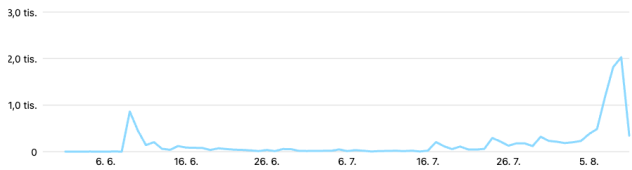
Facebook visits [ⓘ]

26 553 ↑ 2,2 tis. %



Návštevy instagramového profilu [ⓘ]

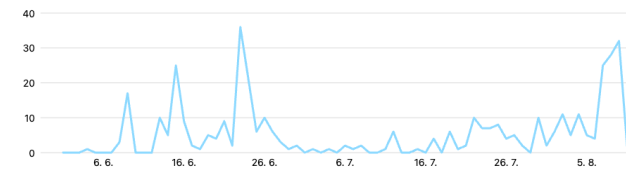
12 206 ↑ 12,2 tis. %



New likes and follows

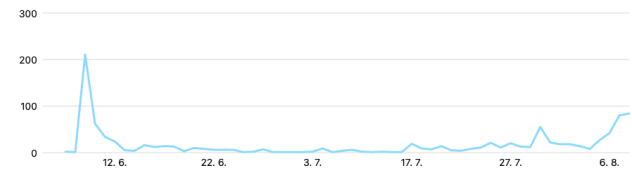
Facebook Page new likes [ⓘ]

389 ↑ 3,4 tis. %



New Instagram followers [ⓘ]

1 002 ↓ 23,3%



Performance comparison

Top 25% Compared to Všetky Pages, your Page's 3-sekundové pozretia videí are currently in the top 25%. This ranking is based on your Page's 3-sekundové pozretia videí from the last 14 days.

3-sekundové pozre... [ⓘ]	1-minútové pozreti... [ⓘ]	Priemerný počet p... [ⓘ]	Komentáre [ⓘ]	Shares [ⓘ]	Reakcie [ⓘ]
22 863	171	0:05	373	656	1 424
Top 25%	Bottom 50%	Bottom 25%	Top 25%	Top 25%	Top 25%

Total Average Daily

Total 3-sekundové pozretia videí comparison [ⓘ]



Video summary

Stránka	Reactions/Likes, comments and shares	„Páči sa mi to“ a reakcie	Komentáre	Shares	Kliknutia na odkaz	New followers	Unfollowers
Srdcom doma o.z. Mimovládna organiz...	25 168	17 148	4 430	3 590	5 276	672	18

Reklamné online kampane

META

Žiaľ nedokázali sme využiť naplno potenciál Facebooku a Instagramu kvôli obmedzeniam spoločnosti META v oblasti reklamy týkajúcej sa volieb, kam spadala aj naša reklama týkajúca sa mobilizácie k voľbám. Preto sme preinvestovali len 407 €.

Google

Vo výrazoch by sme konkurovali len stránkam MZV SR a MV SR. Stránka srdcomdoma.sk sa dlhodobo umiestňuje na popredných priečkach pri vyhľadávaní výrazov súvisiacich s voľbou poštou a zo zahraničia. Preto sme nepoužili reklamu vo vyhľadávaní.

Bannerová reklama a video reklama

Ukážka bannerov:



Najviac sa zobrazovala naša bannerová reklama na uvedených médiách:

Celkove: Účet	1005773
Celkove: Zobrazenie	931010
Celkove: Kde sa reklamy zobrazili	720691
pravda.sk	102829
zoznam.sk	76315
sme.sk	54316
Celkove: Video	47486
dennikn.sk	28792
Celkove: Discovery	27277
hnonline.sk	17879
ta3.com	17522
dobrenoviny.sk	15082

pocasie.sk	13986
cas.sk	11532
topky.sk	10344
aktualne.cz	10217
zenskerady.sk	9212
idnes.cz	8646
sita.sk	7565
mix24.cz	6507
centrum.cz	6477
crzpravy.cz	6169
udalosti247.cz	6121
lidovky.cz	5930
mojevideo.sk	5901
emefka.sk	5451

Záver

Od vzniku Srdcom doma o.z. bolo jedným z našich cieľov **uľahčovať občanom prístup k voľbám** a presadzovanie rozšírenia možnosti voliť zo zahraničia. **Zvyšujúci** sa počet žiadostí svedčí o **záujme občanov v zahraničí** podieľať sa na **správe vecí verejných** vo svojej vlasti. Ak im to štát umožní, vtiahne ich tak do diania na Slovensku, zvýšenie záujmu a podieľni sa na rozvoji Slovenska.

Budeme preto **pokračovať v tlaku na politické strany** a to aj tým, že budeme voličom v zahraničí tlmočiť postoje politických subjektov k rozširovaniu voľby poštou.

Kampaň bude pokračovať v miernejšom tempe ďalej. Sústreďíme sa v nej na pripomínanie, že zásadné bude až doručiť svoj hlas do 29.9. o 12:00 na MV SR (osobne, alebo poštou).

Budeme apelovať na voličov na Slovensku, aby sa zúčastnili volieb, pretože my - zahraniční, sme už volili.

S pozdravom

Samuel Zubo

predseda Srdcom doma o.z.,

v kampani: stratégia a realizácia kampane, komunikácia s osobnosťami, médiá & sociálne médiá, obsah kampane, riadenie kampaňového tímu a manažment financovania kampane
+420724578078, samuel.zubo@srdcomdoma.sk

<https://volby.srdcomdoma.sk>

FB: [srdcomdoma](#)

IG: [srdcomdoma](#)

TW: [srdcomdoma](#)

YT: [@srdcomdoma](#)