

Direkt

Majhni vozniki spodrsljaji so lahko prava umetnost. Avtomobilski zavarovanje pa popolnoma enostavno.

Problem

Mladi vozniki v prvih letih povzročijo bistveno več prometnih nesreč kot ostali.

Ko pride do poškodb vozila, pa večina nima izkušenj z zavarovanji in se ne želi ukvarjati z zapletenimi postopki ali pripombami staršev.

Potrebujemo rešitev, ki je **digitalna, enostavna in dostopna**, da lahko zavarovanje sklenejo ter škodo prijavijo sami – hitro in brez zapletov.

Uvid

Generacija Z iz svojih napak ne dela drame, temveč vsebino.

Kar je bilo nekoč razlog za sram – popraskana havba, podrsana feltna ali neuspešno parkiranje – je danes priložnost za objavo*.

Svoje avtomobilske spodrsljaje mladi brez zadržkov delijo na družbenih omrežjih, hkrati pa si želijo, da bi bile posledice nesreče skoraj tako zlahka odpraviti kot je objaviti story: **torej hitro, brez komplikacij in 100 % digitalno.**

*Na TikToku in Instagramu je #CarCrashGenZ trenutno trending vsebina: <https://www.tiktok.com/search?q=%23CarCrashGenZ&t=1773687461060>

Ideja

Mladim se je želja uresničila: z zavarovanjem Direkt reševanje posledic voznških spodrsljajev ni nobena umetnost. So pa za volanom pravi umetniki mladi vozniki, ki s praskami, odrgninami in ponesrečenimi parkiranjmi svoje avtomobile okrasijo z raznimi umetniškimi kreacijami.

V nagradnem natečaju mlade povabimo, da z nami delijo fotografije svojih voznških "ups" momentov – prask, odrgnin in ponesrečenih parkiranj. Iz zbranih fotografij nastane **prva razstava škodnih umetnin mladih voznikov**, ki svoje mesto najde tam, kjer se dnevno srečuje naša ciljna skupina – v avlah večjih slovenskih fakultet.

Izvedba

1. Sodelovanje v natečaju

Mladi se natečaju pridružijo tako, da na Instagramu ali TikToku objavijo fotografijo svoje umetnine in označijo @direkt_zavarovanje.

S tem se potegujejo za eno od nagrad:

- 150 x EasyPark bon (20 €)
- 15 x letoletna naročnina na Spotify
- 5 x bon za gorivo (200 €)
- 3 x BOSE avtomobilsko ozvočenje
- 1 x žepnina za roadtrip (1.000 €)

Če v zasebnem sporočilu pošljejo še številko police in dokažejo, da imajo sklenjeno Direkt zavarovanje, se v žreb uvrstijo 5-krat.

2. Promocija natečaja

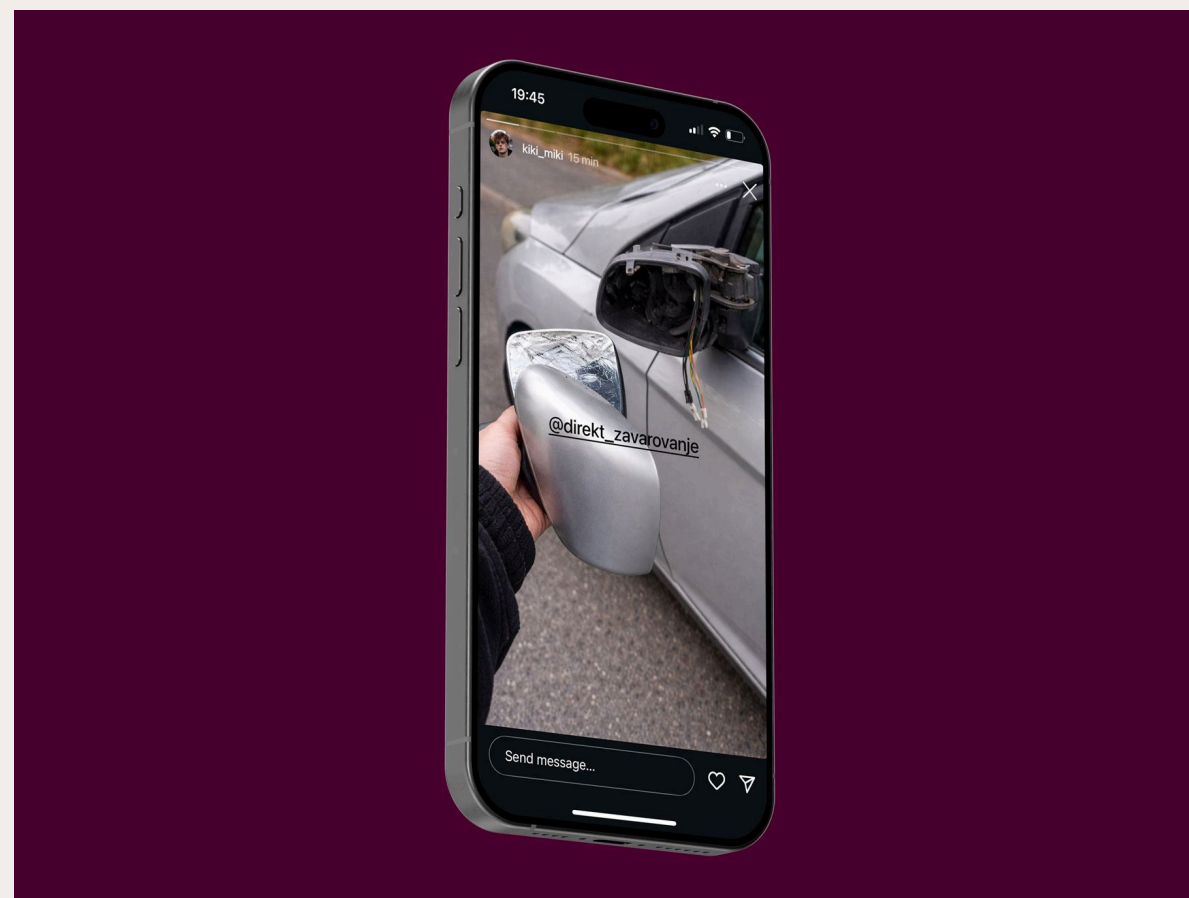
K sodelovanju v kampanji povabimo vplivneže študente, ki na svojih profilih mlade vabijo k sodelovanju na natečaju. V formatu **trending vsebina na humoren način predstavijo svoje umetnine**, ki jih, kljub njihovi visoki vrednosti, s sklenjenim zavarovanjem Direkt, ne stanejo nič.

Natečaj prav tako oglašujemo prek **performance oglasov na Meti in Googlu** in mlade o prihajajoči razstavi obveščamo prek **tiskanih oglasov na fakultetah**.

3. Razstave umetniških del mladih voznikov

Vse zbrane umetnine mladih Direkt razkrije na več umetniških razstavah, ki se mesec dni odvijajo v avlah slovenskih fakultet. Pod vsako fotografijo si lahko obiskovalci preberejo opis umetnine, vidijo njeno vrednost: torej realen strošek popravila, in s pomočjo QR kode v nekaj klikih sklenejo avtomobilsko zavarovanje Direkt.

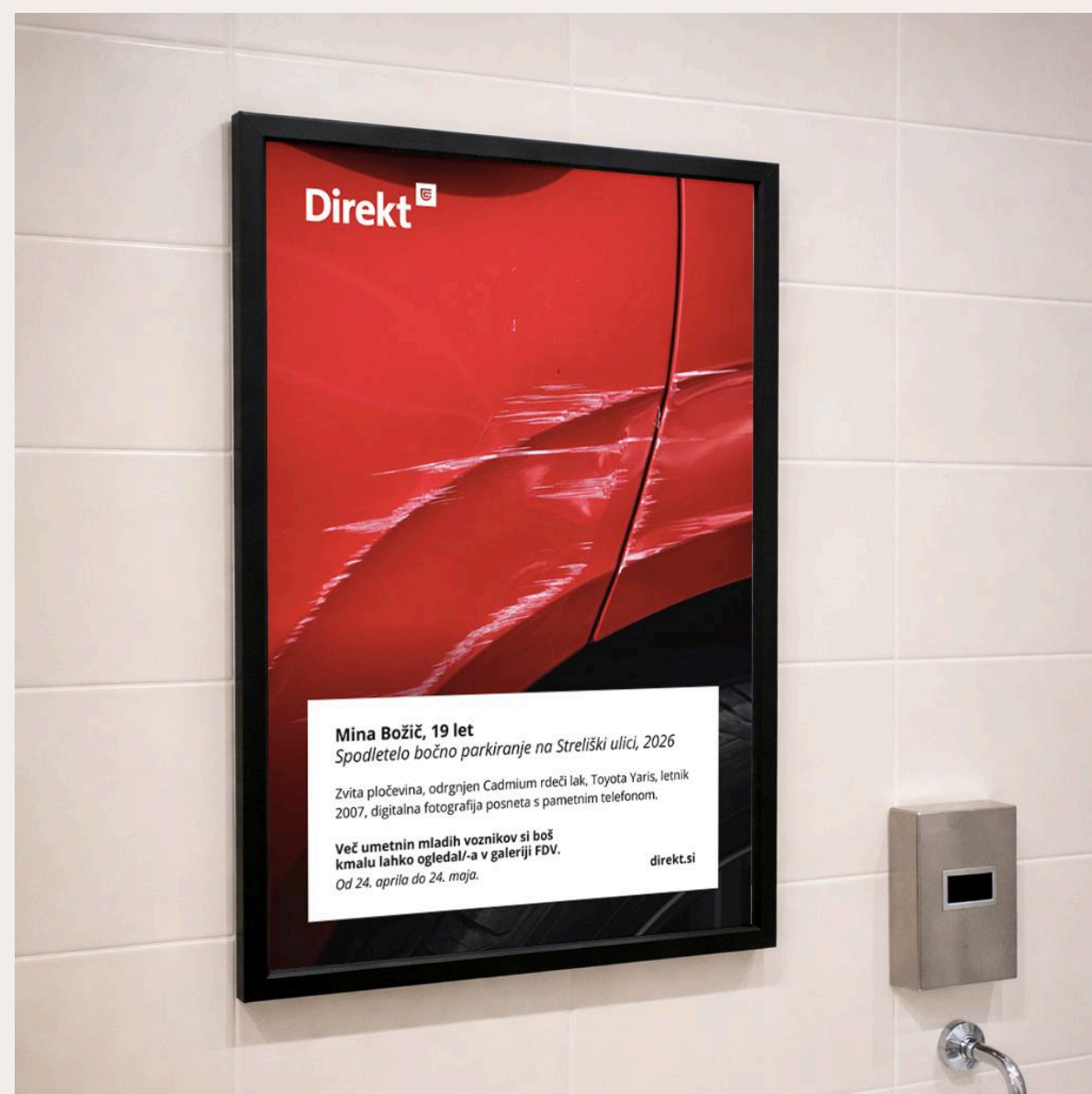
Mladi tako hitro pridejo do spoznanja, da lahko že majhni vozniki spodrsljaji ustvarijo zelo drage "umetnine". Z zavarovanjem Direkt pa prijava, popravilo in povračilo škode ni nobena umetnost.



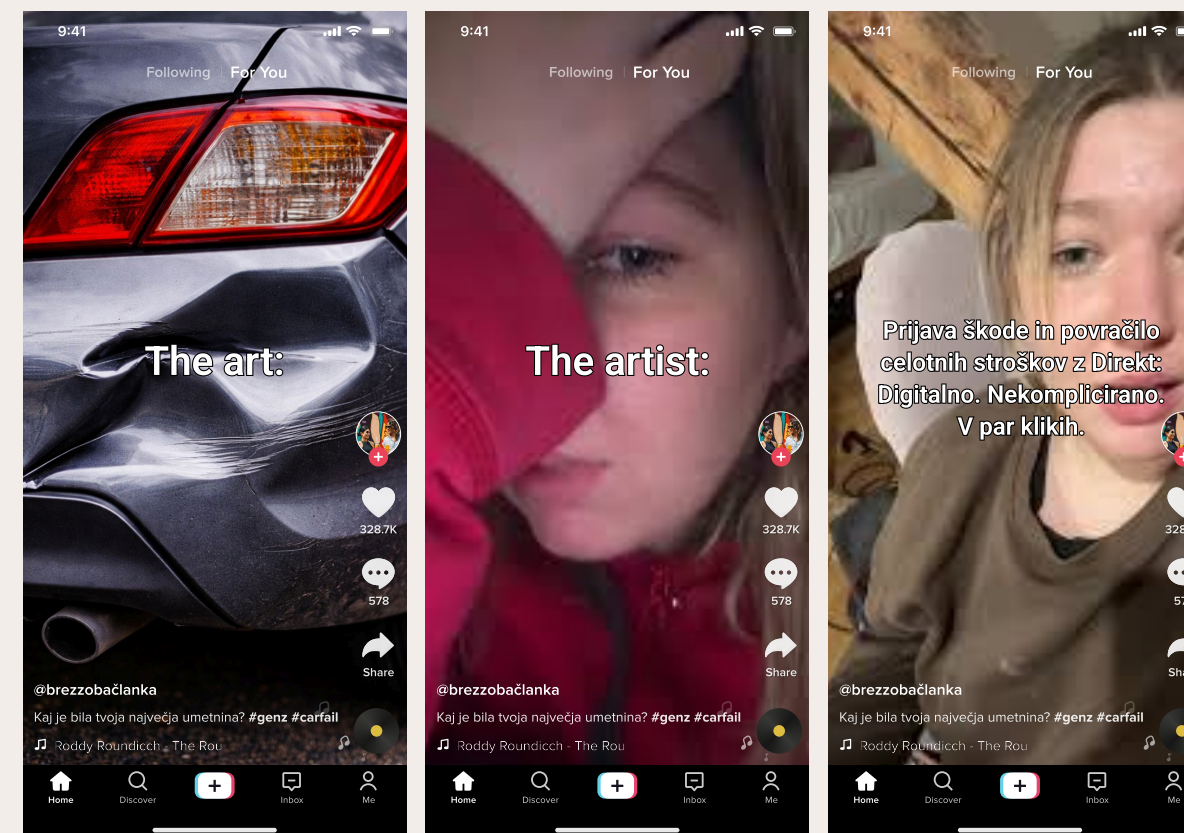
1.0 - Story objava za sodelovanje mladih v natečaju.



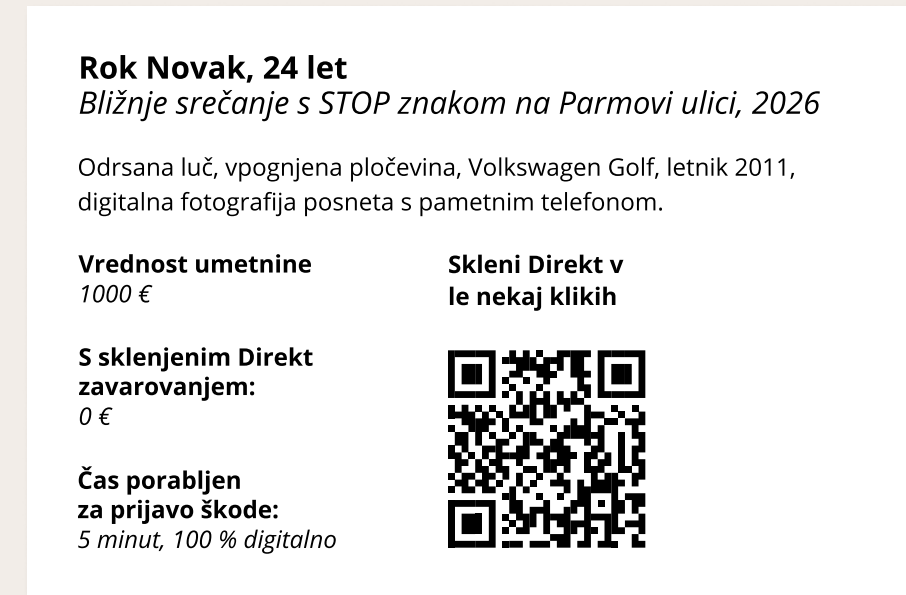
2.0 - Primer oglasa za sodelovanje v natečaju.



2.1 - Primer oglasa na fakulteti.



2.2 - Promocija natečaja prek vplivnežev.



3.0 - Razstava / Napis pod umetnino na razstavi.



3.1 - Razstava / Letak, na katerem si lahko napraskaš popust.



3.2 Razstava / Promocijske nalepke, ki "pokrijejo" škodo.