

Ljubezen na prvi Direkt

Uvid

V študijskih letih se mladi pogosto srečujejo z vprašanjem ljubezni in partnerstva. Nekateri že zgodaj najdejo osebo, s katero želijo deliti življenje, drugi pa svojo boljšo polovico iščejo skozi različne oblike zmenkov in spoznavanj. A partner ni nujno vedno le oseba, ker so v življenju pomembne tudi odločitve in navade, ki jih spremljajo dolgo časa. Enkrat sklenjeno zavarovanje, rutina kuhanja ali druge premišljene izbire lahko oblikujejo njihovo življenje prav tako kot izbira partnerja. Zato je pomembno najti zanesljivo izbiro in ljubezen, ki bo trajala. Seveda pa si nihče ne želi dolgotrajne in komplicirane poti do svojega partnerja. Želijo si priti do cilja DIREKTNO.

Izvedba

Preprosto sporočilo se prenese na različne površine znotraj fakultet. Osnovni vizual se pojavi v obliki plakatov s sporočilom (pozivom k zmenku in ponujeno rešitvijo). Pomožni vizuali so kratka sporočila (sporočila o parih, brez katerih si ne predstavljamo opravkov na fakulteti), ki se pojavijo na grafično manj dostopnih površinah in dodatno spodbudijo študente k razmisleku o sporočilu kampanje.

Študentje se pogosto zadržujejo ob avtomatih, na zunanjih površinah (klopi pred fakultetami), in drugih funkcionalnih prostorih, ki jih je težje grafično opremiti. V temu primeru bi se pomožni vizuali izvedli v obliki štrlečih napisov (wobblers) in nalepk.

Primeri podpornih sporočil na nalepkah (+ lokacija):

- Ti brez kave si kot avto brez Direkta (kavomat).
- Ti brez zapiskov si kot avto brez Direkta (predavalnica).
- Ti brez toaletnega papirja si kot avto brez Direkta (toaleta).
- Ti brez sošolca si kot avto brez Direkta (površine za druženje).

Ideja

Zakaj ne bi naredili zmenka med tvojim avtom in zavarovalnico? Čas je, da tvoj avto najde najboljšega partnerja, ki ga obvezno potrebuje. S preprostimi vizuali študentom/-kam sporočimo, da nekatere stvari v življenju pridejo v paru. Tako kot njihova mobilna naprava ne more brez interneta, tudi njihov avto ne more biti brez ustreznega zavarovanja. Pri tem naj bo odločitev preprosta in hitra, saj bo to trenutek, ko se prižge prva iskrica: Ljubezen na prvi Direkt!

Glavno sporočilo: Pri tej odločitvi ne potrebuješ dolgega zmenka, da ugotoviš, da je to Ljubezen na prvi Direkt. Včasih je že kratek zmenek dovolj za skupno življenjsko pot. Avtomobilsko zavarovanje Direkt in tvoj avto tvorita idealen par!

Vpliv

Mladi se lahko s sporočilom hitro poistovetijo, kar sproži čustven učinek in razmišljanje o pomembnosti avtomobilskega zavarovanja. Morda je ravno bralec/-ka sporočila v fazi iskanja ljubezni ali pa je sveže zaljubljen/-a, kar je zelo verjetno za to ciljno skupino. Tako se blagovna znamka približa mladim in jih spodbudi k razmišljanju, da niso edini, ki rabijo svoj par. Kampanja se prelevi v lekcijo, saj bo veliko stvari v odrasli dobi prišlo v paru.

Ljubezen na prvi Direkt



Včasih je že kratek zmenek dovolj za skupno življenjsko pot. Avtomobilsko zavarovanje Direkt in tvoj avto tvorita idealen par!

Direkt direkt.triglav.si/direkt

Ti brez zapiskov
si kot avto brez Direkta.



Skleni avtomobilsko zavarovanje.
Digitalno. Preprosto. Poceni.

Direkt 

Ti brez kave
si kot avto brez Direkta.



Skleni avtomobilsko zavarovanje.
Digitalno. Preprosto. Poceni.

Direkt 