

Direkt - na zaščita

UVID in IDEJA

Mladi svoj prvi avto pogosto dojemajo kot nekaj več kot zgolj prevozno sredstvo.

Poimenujejo ga, mu skozi izgled pripišejo osebnost in identiteto. Ko avtu damo ime, postane več kot predmet - postane tvoja skrb in ponos, hkrati ti pa daje svobodo, neodvisnost in prvi občutek odraslosti.

Ampak zanimivo - čeprav se na avto **navežejo**, na njegovo **zaščito** pogosto sploh ne pomislijo. Kaj pa nam kot 18-26 letnikom pade najprej na misel ob besedi zaščita? **Kondom.**

Najbolj prepoznaven način zaščite pred problemom, še preden se ta zgodi.

Hkrati pa je to tudi eden prvih korakov **samostojnosti** - nekaj, kjer staršev običajno ne želimo zraven.

In ravno tu se pojavi priložnost: če želimo mladim približati zaščito avtomobila, jo moramo pokazati skozi **simbol zaščite**, ki ga že poznajo.

ČASOVNICA

Trajanje kampanje: 1 mesec

Teden 1: nagradna igra "Ime tvojega avta" - na social media pozovemo uporabnike, da delijo ime svojega avta.

Teden 2: fizična aktivacija - na WC-jih fakultet postavimo kondom dispenserje z branded paketki in sporočilom kampanje.

Teden 3-4: amplifikacija kampanje - na social media in plakatih komuniciramo glavno sporočilo: Direkt - na zaščita.

Gre za promocijsko embalažo, ki posnema kondom, vendar ga ne vsebuje. V notranjosti je mini avto obesek, nenavaden izgled pa vzbudi radovednost in spodbuja odpiranje.



Mini avto keychain



IMPLEMENTACIJA

FAZA 1: ime tvojega avta (digital teaser)

Na TikToku, Instagramu in študentskih kanalih objavimo poziv:

“Kako je/bo ime tvojemu avtu?” - npr. Rdeča strela.

Uporabniki lahko ime oddajo na tri načine: preko spletne strani, Instagram story stickerja ali QR kode na plakatih, ki so postavljeni na lokacijah, kjer se bo v naslednji fazi pojavil dispenser za kondome, s čimer ustvarimo pričakovanje.

Najbolj kreativna imena se natisnejo na embalažo kondomov za drugo fazo in prejmejo nagrado.

FAZA 2: FIZIČNA AKTIVACIJA (glavni stunt)

Na fakultetah (in v študentskih domovih) na WC-je postavimo kondom dispenserje, kjer so noter zaščitne folije, ki spominjajo na kondom z napisi kot: “ZAŠČITI SVOJO RDEČO STRELO.”

Ko uporabniki odprejo embalažo, v njej najdejo mini avto keychain in QR kodo, ki vodi do spletne strani in preprostega zavarovanja avtomobila.

FAZA 3: AMPLIFIKACIJA KAMPANJE

Aktivacijo podprejo social media objave in plakati, ki ohranjajo idejo v prostoru in dodatno razlagajo povezavo med zaščito in avtom. Na vizualih se pojavi avto iz “kondom” teksture - rahlo napihnjen, krhek, na meji da počni - kot metafora nezaščitenega avtomobila. Sporočila se fokusirajo na slogan Direkt - na zaščita. Uporabnike subtilno spodbujamo k deljenju (unboxing, keychaini, embalaža), s čimer lahko kampanja organsko zaživi tudi na družbenih omrežjih.