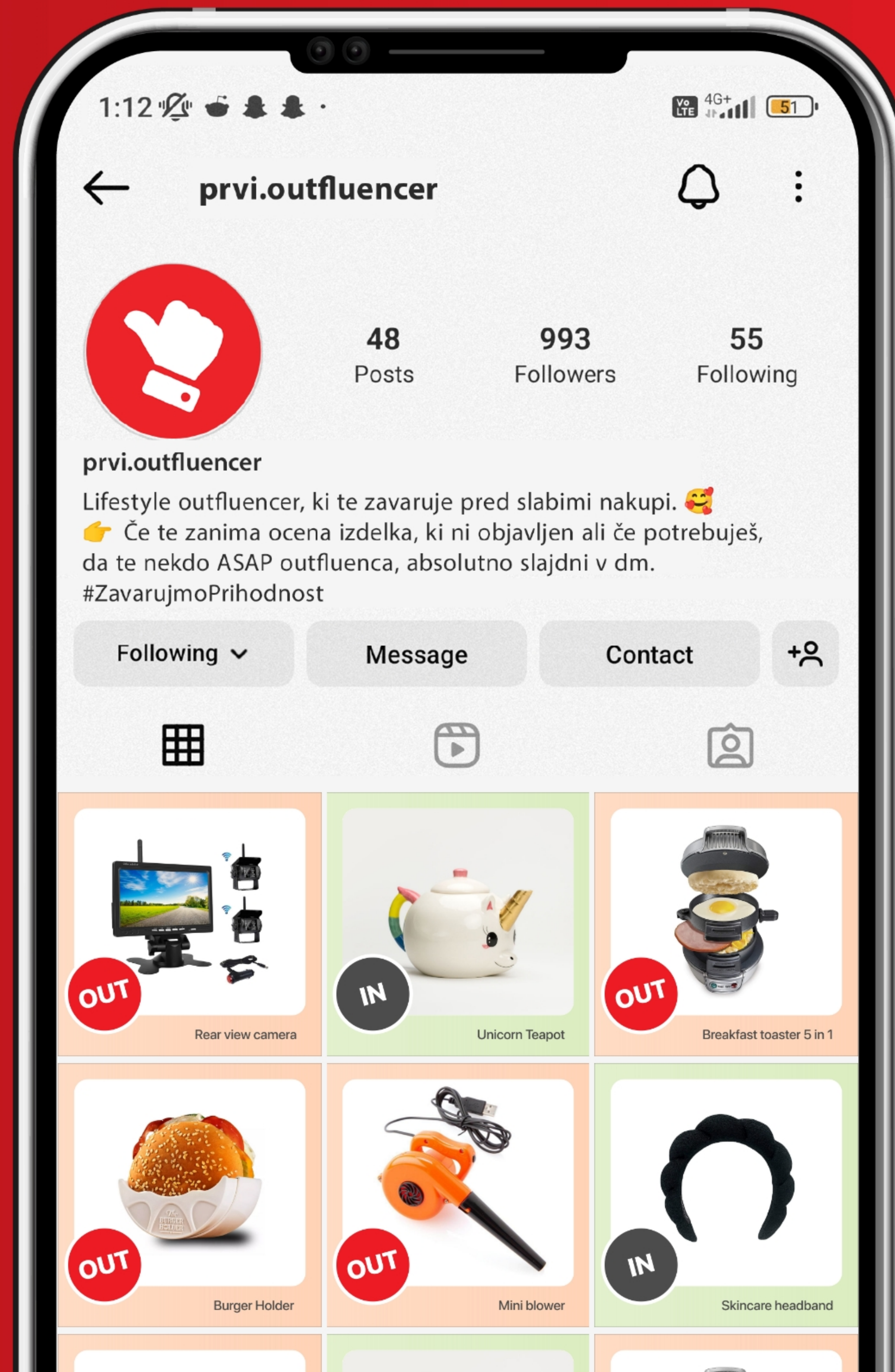




Outfluencer

Zavaruj se pred slabimi nakupi

#ZavarujmoPrihodnost



Vpogled

Večina (97 %) potrošnikov generacije Z uporablja **družbene medije kot glavni vir navdiha** za nakupovanje in večkrat opravi **impulzivne nakupe, ki jih nato obžaluje**. Delujejo pod vplivom **influencerskih gurujev**, ki jih preko družbenih omrežij nagovarjajo k **impulzivnemu nakupu zadnjega vročega artikla**. Tega priročno pospremiijo z neposrednim linkom na nakupno stran, na vrh dodajo še mamljivo promocijsko kodo in sploh ne vidimo razloga za razmislek. Ampak kaj, če bi se **tako hitro, kot pademo pod vpliv**, lahko **potegnili tudi ven?**

Ideja

Triglav **zavarovanje prihodnosti** vzame resno. **Ne le, ko pride do trajnostnih nakupovalnih navad, tudi ko pride do stanja na tvojem računu**. Za ta namen **ustvari Instagram AI profil @prvi.outfluencer**, ki poskrbi, da se na racionalen način znebiš vpliva glasno promoviranih izdelkov. To naredi tako, da **namesto tebe opravi najtežji del sprejemanja trajnostnih odločitev - dobro raziskavo in temeljiti premislek**.

Izvedba

1. **AI v ozadju profila uporabimo, da za nas**, preko #TikTokMadeMeBuyIt, #viral in med najbolj pogosto omenjenimi artikli med slovenskimi influencerji, **identificira viralne produkte na TikToku in Instagramu**.
2. Na spletu **preveri dejanske ocene posameznega produkta na vseh straneh**, kjer se pojavlja in preračuna ali **je produkt IN ali OUT**. Če viralni izdelek dobi povprečno oceno več kot 4.0 ga označi za varen nakup, če dobi oceno manj kot 4.0 je priporočljivo, da ga nikoli ne kupiš.
3. Da bi bil profil res **ažuren, ko je roba še vroča in prsti že segajo po kartici**, so tudi same **objave proizvedene s pomočjo umetne inteligence**. Ko zazna nov viralen produkt na družbenih omrežjih, opravi raziskavo in objavi novo outfluencersko priporočilo s podatki, ki jih že poseduje (fotografija, ime izdelka in ocena).
4. Čeprav je outfluencer, še vedno deluje znotraj ekosistema družbenih omrežij in se mora čim bolj zliiti z okolico. S svojo mladostno osebnostjo se **pojavi tudi med komentarji in svoje ocene ter mnenje podaja tudi v zasebnih sporočilih**.

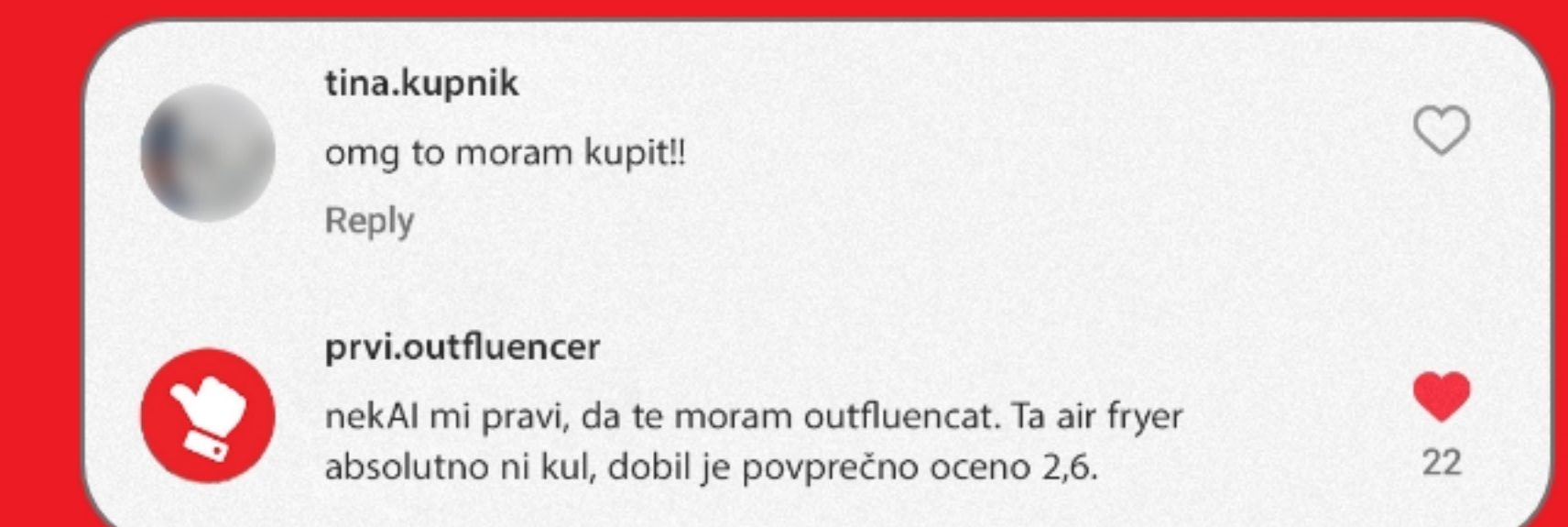


BLACK FRIDAY AKCIJA

5. **V času Black Friday akcij Triglav Outfluencerja** lansiramo še na **Triglav strani**. Tam potrošnike v resničnem času **outfluencia od potencialnih slabih nakupov**, tako, da jim **produkt oceni** ali pa le **navede prepričljive razloge, zakaj nakup ni najboljša ideja**.



INSTAGRAM OBJAVA



KOMENTAR