

Triglav: še je čas

»Ker bogastvo ni le materialno!«

UVID

Ideje in vrednote mladih so naravnane trajnostno, glavna težava pa tiči v njihovi **pozornosti**, ker na rezultate niso pripravljeni počakati. Zaradi tega pa večkrat opustijo svoje trajnostne cilje. Res, da je podnebne spremembe res »dolgočasno« spremljati, saj je napredek počasen in bodo vidni rezultati opazni šele po desetletjih, ne tednih. Dokler se mladi tega ne bodo zavedali, bodo podnebne spremembe še naprej ostajale aktualna problematika.

IDEJA

Kako to rešimo? Mladim pritegnemo pozornost in jim prikazemo pot do spremembe. Sliši se preprosto, a pozornost mladih je težko pridobiti. Z izvirnim načinom oglaševanja na družbenih omrežjih, bi mlade preusmerjali na pristajalno stran, ki prikaže, da njihove kupne navade niso zares trajnostno usmerjene. Namesto, da jih »kaznujemo«, se Triglav na tem koraku zaveže, da za njihovo nadaljnjo motivacijo opravi prvi korak proti trajnostnem stilu življenja namesto njih in jim tako pokažemo »instanten« rezultat.

REŠITEV

Mladi večino časa preživijo na družbenih omrežjih in dosti nakupujejo tudi v spletnih trgovinah. Te so posebej znane z »vsiljivimi« oglasi, ki kupca z različnimi mehanikami želijo prepričati, da si lahko prisluži popust/darilo/brezplačno dostavo (Primer: gizzmo s SMS/e-mail/digital oglasi, ki ciljajo na impulzivne nakupovalce). Pripravimo »click-bait« oglase v sodelovanju s trgovskimi partnerji Zavarovalnice Triglav. Oglasi tako »kupca« pripeljejo na pristajalno stran, na katerem zavrti kolo sreče z raznimi nagradami, ki smo jih prej omenjali, za prevzem »nagrade« pa mora podati svoj e-poštni naslov. Takoj ko uporabnik odda svoje podatke, ga preusmeri na stran, na katerem prikazemo, kakšno »škodo« bi povzročil s svojim impulzivnim nakupom. Izdamo »trajnostno globo«, kateri sešteje, koliko izpusta CO₂ pridela nakup, koliko vode porabi, koliko plastike se porabi itd., namesto kazni pa jim prikazemo, da še ni prepozno, da spremenijo svoje kupne navade v bolj trajnostne. Za motivacijo Triglav posadi drevo v njihovem imenu in s sloganom: »Pridruži se nam! S konkretnimi dejanji zavarujemo prihodnost.« ter ključnikom #ZavarujmoPrihodnost pozove uporabnika, da nadaljuje svojo pot k trajnosti!

