

Rdeča preproga malih zmag

UVID

Kljub visokim življenjskim stroškom in nizkim osebnim proračunom, **mladi ne želijo sklepati kompromisov** pri trenutnem življenjskem slogu in dobrinah, ki si so si jih prislužili - osamosvojitev od staršev, letne počitnice in avto, če ga seveda imajo.

Ponosni so na to kar so sami dosegli, si pridobili ali ustvarili, tega pa **nočejo nenadoma izgubiti**.

IDEJA

Zavarovalnica Triglav zato ustvari **komunikacijsko platformo, ki slavi kakršenkoli standard življenja, ki so si ga mladi uspeli sami postaviti** in poudari pomembnost, **da se ga ohrani**. To storimo na način, da vpeljemo **element glamurnosti v navadne življenjske prizore** mladih skozi prepoznavni vizualni element - **rdečo preprogo**.

Na ta način se ZT pozicionira kot spremljevalec ob pomembnih trenutkih, ki so vredni zavarovanja in tako gradi zaupanje komitentov.

IZVEDBA

FAZA 1

Posnamemo **zabavne native vsebine za družbena omrežja**, kjer ljudem nepričakovano razgrnemo rdečo preprogo, ko se znajdejo **v momentu osebnega "zmagoslavja"** - npr., kadar oseba na parkirišču izstopi iz svojega novega avtomobila ali kadar oseba iz kuhinje prinese svojo doma narejeno kombučo.

FAZA 2

Na pristajalni strani ustvarimo **digitalno rdečo preprogo**, na kateri lahko uporabniki sami delijo **kratke zgodbe osebnih zmag** in jih podprejo s fotografijami dogodkov ter predmetov, ki jim veliko pomenijo. Da sodelovanje steče, bi mimoidoče nagovarjali s pozivnimi OOH, digital oglasi in vplivneži.

FAZA 3

Iz teh zgodb se izbere najboljše in se jih **razstavi na galerijskih panojih na promenadi v Tivoliju, kjer bi postavili pravo rdečo preprogo**, zmagovalce pa nagradili z eno izmed treh zavarovalnih premij za mlade po izbiri - Triglav LAJF, Triglav Mladi voznik in Triglav zavarovanje mikro mobilnosti!

