



Triglav komplet, ki ga je fajn imet

“Eden za vse, vsi za enega.”

UVID

Milijenci so v fazi, ko postajajo **samostojni, vendar še vedno cenijo podporo prijateljev**, kar se kaže v njihovem obnašanju pri deljenju naročnin (npr. Netflix, Spotify). Opredeljuje jih dejstvo, da raje **delijo stroške in izkušnje z drugimi**, kot da bi jih nosili sami, poslužujejo pa se tudi mentalitete “če boš ti, bom tudi jaz”. Odraščali so z **digitalno tehnologijo**, kjer so jim algoritmi ponujali **personalizirano vsebino**, zato to pričakujejo tudi od podjetij in raje zaupajo storitvam, ki jih nagovarjajo osebno.

IDEJA

Ideja temelji na promociji že obstoječega Triglav Komplet za družine, ki pa ga želimo razširiti na ljudi, ki ne živijo na istem naslovu. Na ta način lahko prijatelji skupaj sklenejo zavarovalni paket. **Triglav Komplet, ki ga je fajn imet** jim ponuja nižje stroške, hkrati pa znotraj kompleta **vsak obdrži svoje individualno zavarovanje**. V paket lahko vključijo najbližje prijatelje (do 5 ljudi), višina popusta pa se spreminja z vsakim novim sklenjenim zavarovanjem. **Paket tako povezuje skupino prijateljev v različnih fazah življenja** pa naj bo to selitev od doma, potovanja po svetu ali pa planiranje družine.

Glavni potencial rešitve je **finančna ugodnost in občutek varnosti v krogu prijateljev**. Ker gre za prilagoditev že obstoječega modela, je rešitev preprosta za implementacijo in lažje sprejeta s strani uporabnikov.

IMPLEMENTACIJA

Triglav Komplet, ki ga je fajn imet bo na voljo na **i.Triglav aplikaciji in Triglav spletni strani**. Znotraj paketa bo na voljo tudi **kalkulator stroškov**, ki bo uporabnikom pomagal izračunati prihranke, ki jih pridobijo s skupnim zavarovanjem. Aktivacija bo temeljila na **kombinaciji online in offline oglaševanja**. Slednje bo potekalo preko **plakatov**, ki bodo nameščeni v centrih večjih mest (Ljubljana, Maribor, Celje, Kranj, Koper, Novo Mesto in Murska Sobota), ob prometnih cestah in na zaslonih znotraj javnega prevoza (vlaki in avtobusi). Osrednja aktivnost bo izvirna **igra v stilu “murder mystery”, ki se imenuje Kdo bo odgovoren?**, ki bo s pomočjo umetne inteligence **personalizirana za vsako skupno prijateljev**. Ti bodo v igro vnesli imena in lastnosti prijateljev, AI pa bo sestavil zgodbo in igralce postavil v različne scenarije na podlagi katere se bo igra potem izvedla. Z vključitvijo resničnih življenjskih situacij (selitev, potovanja, poškodbe, kraja itd.) lahko igralci **skozi zgodbo spoznajo različne vrste tveganj in kako jih ustrezno zavarovanje zmanjšuje**. Igra bo na voljo na Triglav spletni strani, podprta pa bo z **influencer marketingom**, ki bo potekal preko družbenega omrežja Instagram. Tam bodo vplivneži kot so Lili Čadež, Klara Kralj, Petra Parovel in Žan Cehnar nagovarjali ciljno skupino tako, da bodo skupaj s prijatelji pokazali igro in sledilce izobrazili ter pozvali k sklenitvi kompleta. Online aktivnosti bomo še dodatno podprli z **Google ads**, ki bodo še bolj natančno targetirali našo ciljno skupino.

EDEN ZA VSE, VSI ZA ENEGA!

zabel novo službo
preselil se je v Ljubljano
začel hoditi v fitness
s punco planirata otroke
kupil je nov avto
avgusta se bo poročil
varčuje za hišo
končno je napisala magistrsko
posvojila je kužka

Skleni paket s prijatelji in prihrani!

ČASOVNICA

Deljenje UGC vsebin uporabnikov na Triglav IG profilu

Objave na social + oglasi digital

Priprave na kampanjo

Plakati gredo live

Predstavitve igre

Sodelovanje z influencerji

Final push na social in s strani influencerjev

MAJ JUNIJ JULIJ AVGUST SEPTEMBER

ZAČETEK KONEC