

#aktiviraj SAFE MODE

Potovanja med mladimi naraščajo – v Q3 2024 so osebe, stare 25–44 let, predstavljale približno 35 % vseh potnikov v Sloveniji (vir: SURS). Ker se mnogi za sklenitev zavarovanja odločajo tik pred odhodom, želimo s kreativno idejo Zavarovalnico Triglav postaviti na top-of-mind pri posameznikih, starih 25–35 let, da bo njihova izbira za turistično zavarovanje prav Zavarovalnica Triglav.

Kreativni koncept:

S kreativnim sloganom **#aktivirajsafemode** nagovarjamo mlade, da pred odhodom na potovanje **pravočasno sklenejo turistično zavarovanje** in se izognejo neprijetnim situacijam, ki se lahko zgodijo na poti.

S tem jih na različnih digitalnih in offline kanalih izobražujemo o tem, kaj pokriva turistično zavarovanje (zdravstvena oskrba, izguba prtljage, odpoved leta, asistenca na poti) in jih opominjamo, da lahko z enostavno in hitro sklenitvijo pri Zavarovalnici Triglav poskrbijo za svojo varnost.

Ključna sporočila:

- Vse bo v redu, če imaš aktiviran Safe Mode.
- Izobraževanje o turističnem zavarovanju in enostaven in hiter postopek sklenitve zavarovanja.
- Zavarovalnica Triglav skrbi za tvojo varnost tudi na potovanjih.

Kreativna rešitev:

#aktivirajsafemode spodbuja mlade, da razmišljajo o zavarovanju v tujini, močna vizualna navezava pa temelji na prepoznavnem **iPhone (Airplane) Mode stikalu**, ki se preklopi v **Safe Mode**. Ko je Safe Mode aktiviran, so vse morebitne težave na poti manj stresne, ker imaš urejeno zavarovanje. **Preklop v safe mode postane simbol odločitve za varno in brezskrbno potovanje**. Preprostost postopka sklenitve zavarovanja pa nagovarja prepoznavno stikalo.

Koncept **#aktivirajsafemode** razširimo na različne kanale, kjer vsebinsko podpremo tematiko potovanj in nepredvidljivih situacij, vsi kanali pa peljejo na **igrificirano pristajalno stran**, ki na uporabniku enostaven način aktivira postopek sklepanja zavarovanja, ter mu ponudi ugodnost ob novi sklenitvi.

Kanali, ki bi otvorili kampanjo:

- **TikTok filter**, ki aktivira mlade in ambasadorje in na humorističen način predstavi pomembnost zavarovanja za tujino in jih postavi v specifične realne situacije na potovanjih.
- **Interaktivni DOOH**, ki aktivira pozornost mimoidočih in pelje na pristajalno stran. Lokacije so postavljene v mestna središča, letališče, železniške in avtobusne postaje, kjer se mladi odpravijo na pot in jih spomnimo na zavarovanje.
- **Igrificirana pristajalna stran**, ki bi omogočila hitro in učinkovito sklepanje zavarovanja.
- **Digitalno oglaševanje in organske objave** na družbenih omrežjih ZT za večji doseg in zbiranje leadov.

Nadgradnja:

Dodatek k aplikaciji i.triglav, da uporabnik s potiskom v desno preprosto aktivira safe mode in s tem **turistično zavarovanje za tujino**. Dodatno bi lahko izkoristili lokacijo uporabnika in ga obvestili o morebitnih varnostnih tveganjih v državi v kateri se nahajajo (vreme...)

Zakaj #aktivirajsafemode deluje?

- Gre za koncept, ki je mladim blizu in se lahko aplicira na več kanalov, ki predstavljajo **stične točke z mladimi**, ki svoje odločitve sprejemajo relativno hitro in v skladu s trendi.
- **Sovpada s krovnim sloganom ZT**: vse bo v redu, #aktivirajsafemode.
- Koncept ima **možnost razvoja na celoten spekter storitev** Zavarovalnice Triglav z dodajanjem izobraževalnih, humorističnih, trajnostnih elementov.

Pristajalna stran

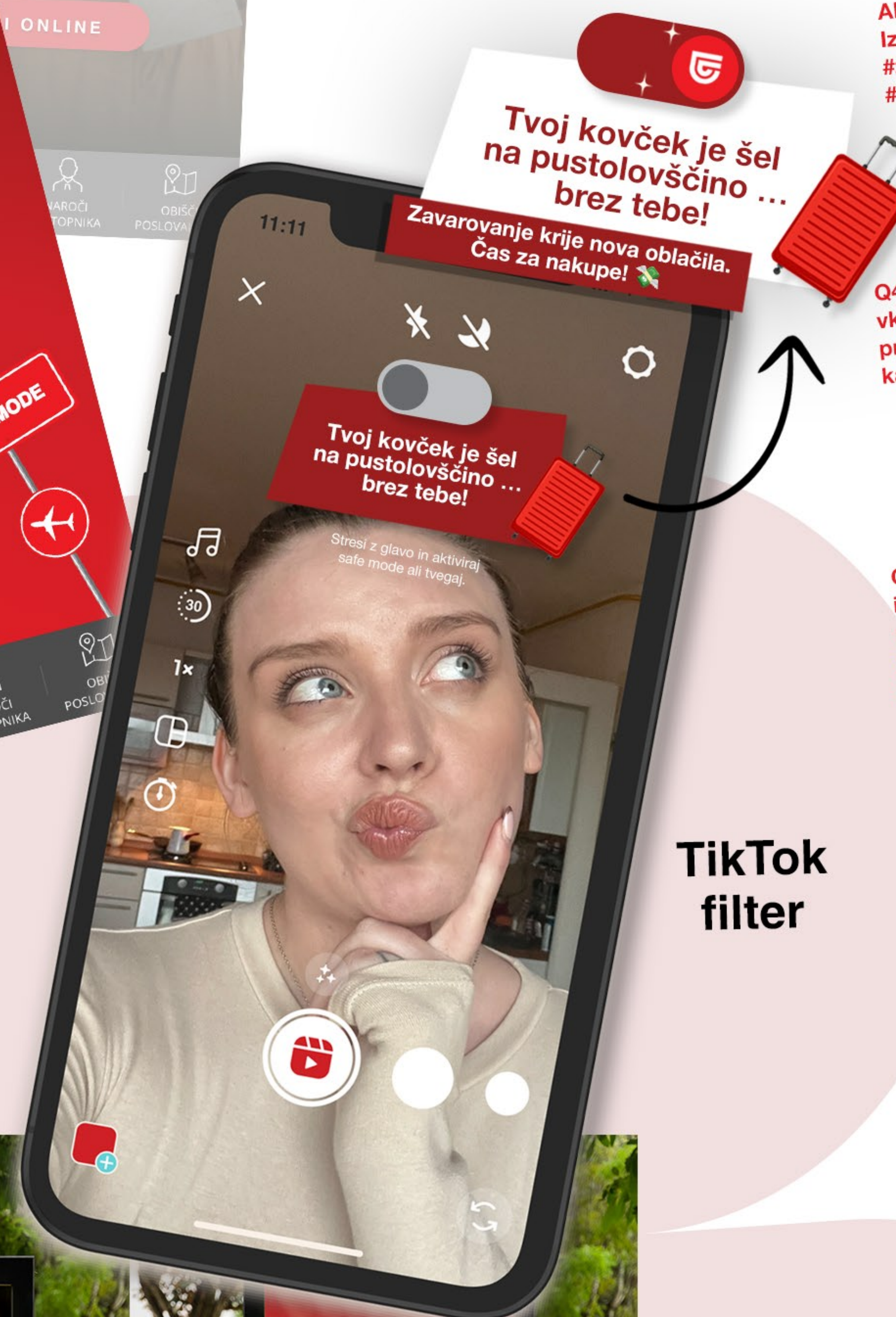


Zavarovanje potovanj v tujino

DOOH



TikTok filter



Maj, junij 2025 - Aktivacija z Ambasadorji in DOOH ter digitalno oglaševanje

Julij, avgust, september 2025 - Aktivacija z ambasadorji in TikTok Izziv #aktivirajsafemode #zavarovanjeltujini #zavarovalnicatriglav #vsebovredu

Q4 2025- nadgradnja kampanje z vključitvijo UGC video vsebin na pristajalno stran - zgodbe in izzivi s katerimi se soočamo na potovanjih

Q1 2026 - add on k aplikaciji i.triglav - enostaven in hiter postopek sklenitve turističnega zavarovanja - samo #aktivirajsafemode

Časovnica kampanje:



Žirija, poskenirajte QR kodo za presenečenje!