

# Opremljeni za vse?

## UVID

Selitev na svoje? Končno! Čas za svobodo, neodvisnost in dom, ki ga ustvariš čisto po svoje – tak, kjer vse štima, od udobnega kavča do popolne svetlobe za delo od doma. Mladi med 25. in 35. letom premišljeno izbirajo pohištvo, dekor in praktične rešitve, da bi si ustvarili svoj sanjski prostor pod soncem. Med iskanjem popolnega odtenka sten in regala za vinilke pa pogosto **pozabijo na tisto, česar ne morejo nadzorovati – naravne nesreče**, ki lahko nepričakovano zamajejo njihove štiri stene. Narava ne izbira kje in kdaj udari, lahko pa se **pravočasno 'opremijo' in zavarujejo tisto, kar jim največ pomeni.**

## IDEJA

Sodelovanje med Zavarovalnico Triglav in podjetjem Ikea mlade skozi (ne)vsakdanje situacije opozarja na nepričakovane nevarnosti in ponuja logično rešitev – **prilagojeno zavarovanje doma**. Ideja temelji na spoznanju, da občutek domačnosti ni le lep pohištvo in skrbno izbrani dodatki. Je predvsem zavedanje, da je dobro imeti nekoga, **ki ti krije hrbet, ko življenje preseneti**. Tako zavarovanje postane zašita vsega, kar si mladi ustvarijo – varuh njihovih investicij in vloženega truda, ter jim omogoča brezskrbno uživanje v svoji samostojnosti.

## IMPLEMENTACIJA

Glavno aktivacijo strateško umestimo na lokacijo, kjer **mlado ciljno skupino najlažje nagovorimo**. V trgovini Ikea obiskovalce čakajo posebni razstavni prostori, ki prikazujejo **posledice naravnih nesreč v omiljeni verziji**. Ena od instalacij prikazuje zemeljski plaz v dnevni sobi: monstera, ki ni preživela selitve, svetilka, ki zagotovo ne bo več svetila in vzglavnik, ki je pristal tam, kjer ne bi smel. Situacije so ustvarjene z artikli iz Ikea ponudbe, da se obiskovalci lažje poistovetijo s prizorom. Preko QR kode Zavarovalnica Triglav na jasn način predstavi **rešitev za prikazane situacije – prilagojeno zavarovanje doma**. Ker je mladim pomembno, da njihove odločitve prinašajo tudi **družbeno korist**, kampanja izpostavlja dodatno noto – del sklenjenih premij gre v poseben sklad za pomoč žrtvam naravnih nesreč. Krovni slogan »OPREMLJENI ZA VSE?« zdi se združuje dva vidika: **opremljanje doma** in ustrezno **(pred)prilagojenost na nepredvidljive življenjske situacije**. Mlade, ki se selijo na svoje, subtilno opozarja, da je poleg pohištva pomembno pravočasno »opremiti« tudi svoj občutek varnosti s prilagojenim zavarovanjem. Kampanja se podkrepi z zunanjimi oglasi na citylightih, kjer so na podoben način prikazane posledice potresa. Grafika sledi igrivemu stilu Ikeinih oglasov, kjer je izdelek v središču pozornosti. Obstoječe uporabnike mobilne aplikacije Ikea pa z integracijo izdelkov iz instalacij **opozorimo na aktualno aktivacijo**.

IKEA  
RAZSTAVNI  
PROSTOR

## Opremljeni za premike



SLIJK  
magnituda  
4.1

Preveri pakete zavarovanj  
za dom na [www.triglav.si](http://www.triglav.si).

triglav

IKEA

## Opremljeni za prenove

Nekaterih prenov ne načrtuješ, a se vseeno zgodijo. Vsako leto v Sloveniji zabeležimo več kot 2.500 zemeljskih plazov, ki skupaj premaknejo več kot 5 milijonov ton zemlje – toliko, kot če bi vsako dnevno sobo napolnili s 125 kavči KÖMFORT.

POSKENIRAJ ZA VARNEJŠI DOM →



triglav

## Opremljeni za vse?

O nekaterih stvareh odločaš ti, o drugih narava. S paketom Comfort poskrbimo za tiste, ki se zgodijo brez opozorila.

### PAKET COMFORT

- Požar, toča, strela, vihar,
- vlom in rop,
- izliv vode,
- poplava in meteorna voda,
- razbitje stekla,

### SKLENI ZAVAROVANJE S POPUSTOM

Ob sklenitvi zavarovanja prejmi 10 % popust, Triglav pa del premije nameni v sklad za pomoč žrtvam naravnih nesreč.

**3.200 €**  
zbranih sredstev

INFORMATIVNI IZRAČUN ⓘ

Pridobi personaliziran informativni izračun za zavarovanje tvojega doma v samo 4 korakih.

INTEGRACIJA  
V IKEA  
APLIKACIJO

Izdelki Sobe



Ponudbe in ugodnosti



NOVO  
TROGLAVA



Pohištvo za  
shranjevanje in  
organizacijo

VRAČAMO  
DRUŽBI