

UVID IN IDEJA

Milenijci so na prelomnici življenja – postavljajo kariero, ustvarjajo dom, raziskujejo svet in načrtujejo prihodnost. Ob tem jih spremljajo vprašanja finančne varnosti, naraščajoči stroški ter iskanje ravnovesja med sanjami in odgovornostjo. **Kako varčevati za jutri, ne da bi pri tem žrtvovali svobodo danes?** Naložbeno zavarovanje ponuja rešitev: omogoča jim, da začnejo zdaj in obdržijo finančno fleksibilnost ter varnost. Ne gre le za varčevanje, temveč za **pametno upravljanje prihodnosti** – ustvarjanje varnostne mreže, finančne neodvisnosti in poti do sanj.

"S tabo do sanj" izraža partnerski odnos - Triglav stoji ob strani mladim in jim pomaga uresničiti cilje brez skrbi.

Glavno sporočilo je torej optimistično in opogumljajoče: *Naj mladi samozavestno živijo življenje po svoje – Triglav poskrbi, da na tej poti živijo brez skrbi.*

"S tabo do sanj" pokaže, da lahko prav z naložbenim zavarovanjem **uresničimo svoje sanje s finančno varnostjo**. Pristop je pozitiven, spodbuden in realističen – mladi naj živijo po svoje, a hkrati odgovorno načrtujejo prihodnost. Če želiš svobodno živeti, a hkrati načrtovati varno prihodnost, lahko oboje. Če ti paše sanjati, sanjaj. Če ti paše varčevati, varčuj. **"S tabo do sanj"** poveže želje z odgovornimi finančnimi odločitvami, da se sanje ne končajo pri "kaj če...", ampak postanejo resničnost. #STaboDoSanj

IMPLEMENTACIJA REŠITVE

Pristajalna stran bi vključevala kviz "Načrtovalnik sanj", kjer posamezniki vidijo projekcijo prihrankov z naložbenim zavarovanjem. Ponudili bi brezplačni e-vodič s ključnimi finančnimi nasveti, dostopen ob vpisu e-pošte (za nadaljnji **e-mail marketing**). Digitalni kanali: **Facebook, Instagram, TikTok, YouTube**. Ključna sporočila v grafiki in videih: **Kaj če...?, #STaboDoSanj / Kako do finančne svobode? Kako majhne naložbe danes ustvarijo veliko prihodnost?**. Dodali bi interaktivne ankete in kvize za spodbujanje razmisleka o financah. Vplivneži zagotavljajo avtentičnost. **Remarketing** na Facebooku in Googlu s CTA: "Želiš uresničiti svoje sanje? Preveri, kako jih lahko financiraš." Poleg digitala bi izvedli pop-up kotičke v večjih mestih in delavnice v Triglav Labu. Sporočila bi bila prisotna tudi na jumbo **plakatih** in **digitalnih billboardih**.

GLAVNA DODANA VREDNOST

Mladi lahko s preudarnimi finančnimi odločitvami ohranijo svoj življenjski slog in hkrati poskrbijo za varno prihodnost. Triglav je zanesljiv sopotnik, ki jih podpira pri uresničevanju sanj. Kampanja gradi zaupanje in Triglav pozicionira kot moderno, odzivno ter zaupanja vredno blagovno znamko. Kampanja bi trajala 5 mesecev (priprava 1-2 meseca, izvedba 2-3 mesece, zaključek 2-3 tedne).



Tukaj smo, s tabo do sanj.