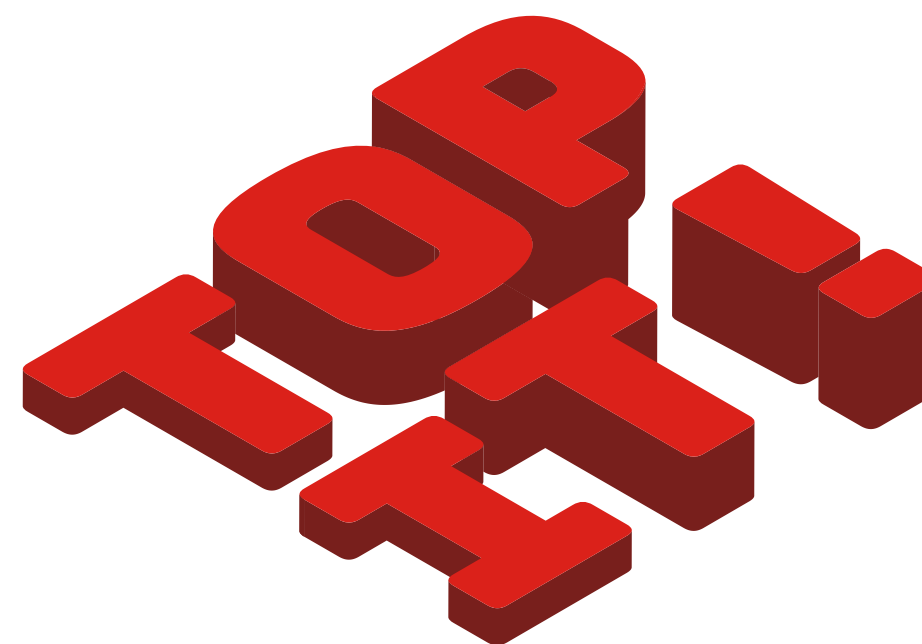
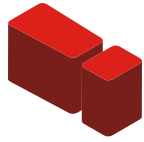


MOJE VIZE NULA
STUDENTI PRO BEZPEČNÉ SILNICE

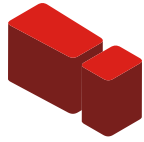


ANALÝZA

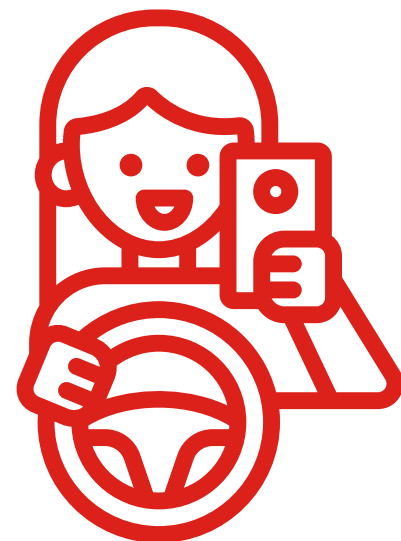


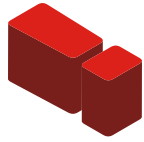
- Skoro polovinu mrtvých v nehodách zastupují **řidiči mladší 25 let.**
- Od roku 2015 patří mezi nejčastější příčinu nehod **nevěnování se řízení vozidla** (rozptýlení pozornosti, distrakce).





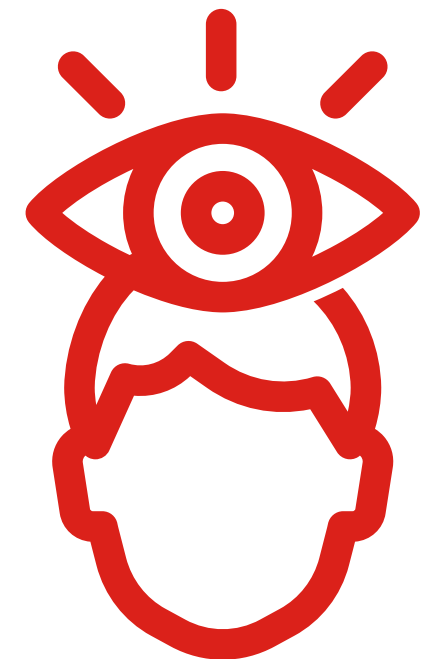
- Kvantitativní dotazník se **140 respondenty** doplněný kvalitativním výzkumem.
- 85,3 % respondentů přiznalo, že **používá telefon při řízení.**
- Nejčastěji používají telefon **k hovorům.** (79,8 %)





PODLE ČEHO VYHODNOCUJÍ BEZPEČNOST SITUACE?

- Zkušenost za volantem.
- „Logika, pocit, intuice“
- Přehlednost vozovky, málo aut kolem.
- Využívají hlasové asistenty a handsfree.



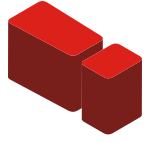


- **V průměru trvá vytočení hovoru 5 sekund**
 - jeden respondent na tuto informaci řekl, že tak dlouho to vytáčí akorát jeho babička.
- **Za 5 s auto ujede při rychlosti:**
 - 50 km/h: 70 m
 - 90 km/h: 110 m
 - 130 km/h: 180 m



ANALÝZA DOSTUPNÝCH DAT 

CÍLOVÁ SKUPINA

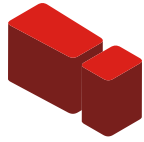


PRIMÁRNÍ CS

- **Mladí řidiči**, kteří mají pocit, že **používání mobilu při řízení není problém**, protože se koukají jen chvíli.

SEKUNDÁRNÍ CS

- **Spolujezdci**, kteří **nechají řidiče používat telefon při řízení**, i když jde o aktivitu, kterou můžou udělat oni.



PERSONY

Ostřílený řidič za volantem

- Přepnutí písničky, odeslání textovky, to je pohoda. Má najeto a už si myslí že ví, kdy si může dovolit odvrátit zrak od silnice a použít telefon.

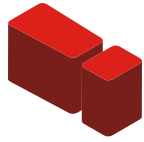


Spolujezdec stydlivec

- Pasivně sedí v autě, nechá řidiče nastavovat navigaci, psát sms a nic neřekne.



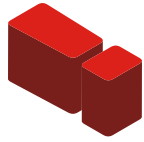
INSIGHT



- Řidiči používají telefon, když si jsou **jisti svou jízdou**. Vyhodnotí, že to je bezpečné a **trvá to jen chvíli**, při které se přece nic nemůže stát.
- Chceme poutavě upozornit řidiče, že běžné **používání telefonu trvá delší dobu**, než si myslí, a že i těchto pár sekund nepozornosti může být rozhodujících.



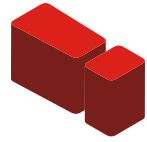
CÍL KAMPANĚ



Řidiči by měli **omezit používání telefonu** při řízení a nechat ho být.
Nebo alespoň **poprosit spolujezdce**, aby mu pomohl s neodkladnou aktivitou.



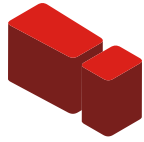
NĀZEV KAMPANĚ



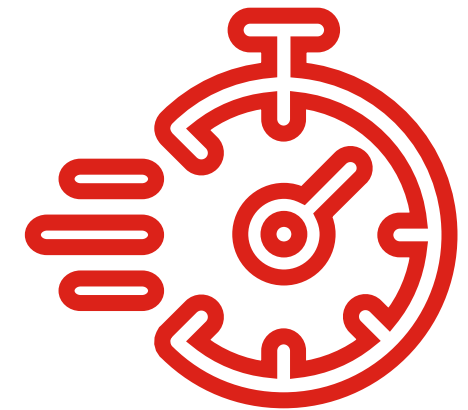
Chytrý telefon, hloupá nehoda



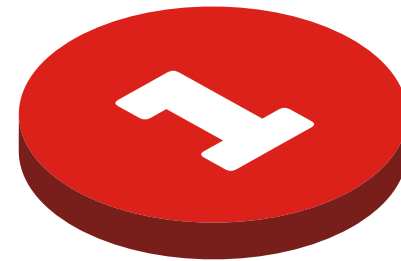
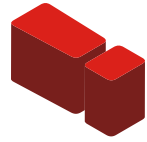
SDĚLENÍ



- Řidiči uvidí, **jak dlouho trvá používání telefonu při řízení**. Uvědomí si, že pouhé vytáčení telefonu může trvat i více než 5 sekund.
- Kampaň umožní doopravdy se **zamyslet nad svým jednáním za volantem**, protože divák je pouze nečinným pozorovatelem.



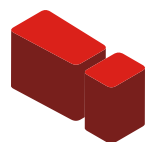
KREATIVNÍ ŘEŠENÍ



Nejprve ukážeme, jak dlouho trvá například vytočit hovor, změnit navigaci nebo přečíst a odpovědět na textovku.

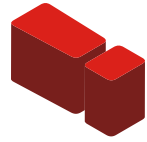


Tuto aktivitu budeme stopovat.

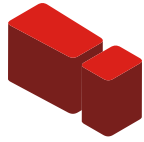


Nešlo by to jinak?





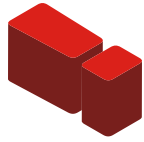
Co kdyby řidič místo vytáčení zastavil u krajnice nebo na benzince a použil mobil odtamtud? Nebo poprosil spolujezdce?



SPOT - VOLÁNÍ

Na obrázek lze kliknout
a spustit spot.





STORYBOARD – SPOLUJEZDEC (všechny záběry jsou z pohledu první osoby – spolujezdce)



Spolujezdec se kouká na cestu.



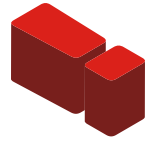
**Podívá se na řidiče a vidí, že je na mobilu.
(Stopy běží.)**



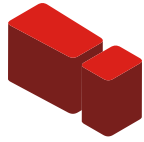
Podívá se zpět na cestu.



Pohled zpět na řidič, jehož chování ale nijak neokomentuje.



Co když ho necháš **ležet**?



STORYBOARD – SPOLUJEZDEC (všechny záběry jsou z pohledu první osoby – spolujezdce)



Spolujezdec se kouká na cestu.



Podívá se na řidiče a vidí, že je na mobilu.

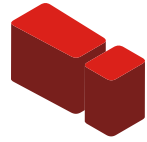


**Nepotřebuješ
s něčím
pomocť?**

Nabídne se, že za řidiče udělá, co je potřeba.



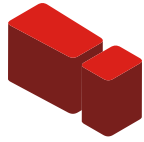
Odepisuje na SMS a řidič se tak může plně věnovat řízení.



Pokud při první části cítí divák **napětí**, pak je sdělení úspěšné.



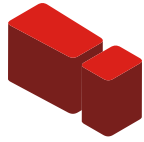
PROČ TO FUNGUJE?



- Studie zjistila, že zobrazení situace **s odpovědným chováním bez drastických záběrů** sníží riskantní řízení řidiče více, než reklama zobrazující nehodu.

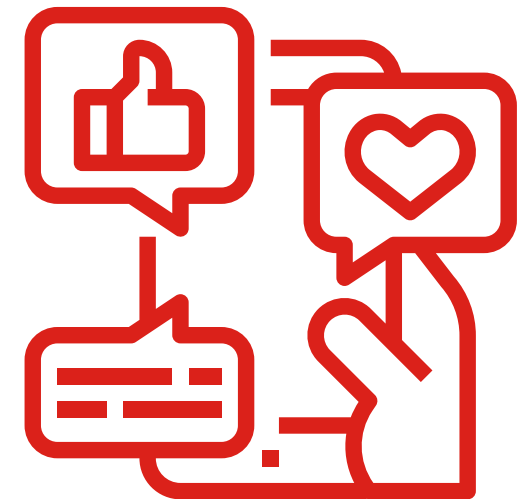
ZDROJ 

STRATEGIE



KANÁLY KOMUNIKACE

- **Benzinová pumpa**
 - čerpací stojany s displejem
 - prostor u kasy
- **Sociální sítě**
 - cílená reklama





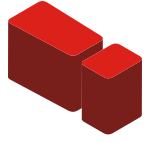
CUSTOMER JOURNEY



Řidič narazí na reklamu
na internetu.



Přijde mu zajímavá
a koukne na ní.



CUSTOMER JOURNEY



Donutila ho se zamyslet
– **opravdu musí používat
telefon při řízení?**



Ještě ten samý den
musí jet natankovat auto.



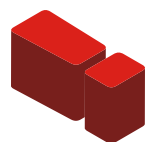
CUSTOMER JOURNEY

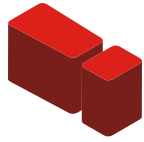


Při návštěvě benzinky dostane samolepku ***Nech mě ležet!*** a jako připomínku si ji nalepí na telefon.



Pokud chce něco trvalejšího, může si na stránkách MV0 objednat obal na telefon.







METRIKY



- Počet zobrazení reklamy
- Proklik na stránky z reklamy s doplňujícími informacemi
- Počet rozdaných samolepek, prodaných obalů

ROZPOČET



Produkce videa - zavření silnice, atd.

250 000 Kč

Výroba produktů

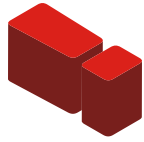
100 000 Kč *(náklady na kryty se vrátí prodejem, zprvu avšak investice)*

Média - socials, youtube

400 000 Kč

CELKEM

750 000 Kč

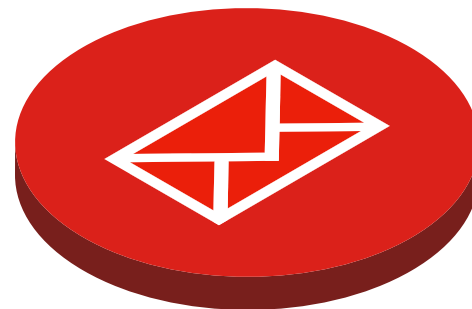
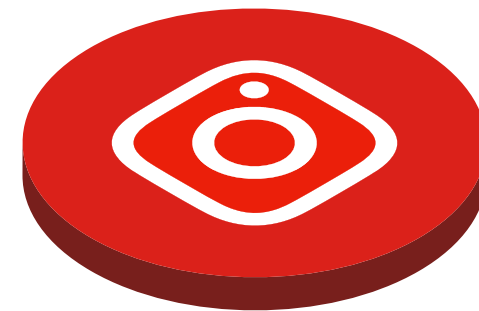


KONTAKT

TOP-IT.YOLASITE.COM



@TOPIT_AGENCY



TOPITAGENCY@GMAIL.COM