



MARTIN

Creative Director



MICHAL

Creative Designer



VAŠEK

Strategist



KUBA

Project Manager

Vrakoviště snů

Cíl:

- Bezpečnost na českých silnicích
- Marketingová návaznost na Kooperativa pojišťovna



Research / Analýza

1. Nepřiměřená rychlost → 41,4% všech úmrtí
2. Havárie mimo obce → 67,3% všech úmrtí
3. Řidiči 25 - 34 let → 27% všech úmrtí
4. Mladí lidé mají sny o budoucím životě.

→ Řidiči ve věku 25-34 let

- Mají sny a vize o životě
- Statisticky způsobují největší počet nehod



Insight

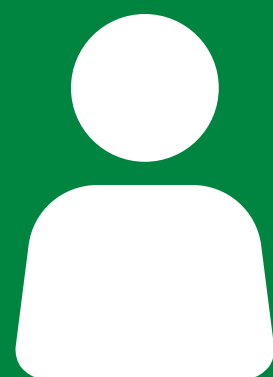
Největší smrtelnost na silnicích je způsobena nadměrnou rychlostí řidičů, kteří jsou přesvědčeni, že jim nehrozí žádné nebezpečí. Konfrontací s tvrdou realitou je vytrhneme z pocitu bezpečí a přimějeme zpomalit.



Vrakoviště snů

Kampaní Vrakoviště snů chceme za pomoci imitace nehody, falešné pokuty a uživatelské mapy na webu upozornit na nebezpečná místa na silnicích a snížit rychlost řidičů.





Řidič
24-34 let

VRAK 

POKUTA 

ONLINE 



Obyvatelé obcí

POKUTA 

ONLINE 



Široká veřejnost

ONLINE 



vrakovistesnu.cz

Řešení kampaně

- 4 provázané části, které se podporují navzájem
- Fungují i samostatně
- Spojeno tématem ztráty snů
- Claim: “Pro budoucnost, jaká bude”



Část 1 - Vrak

- Imitace nehody
 - Z dálky vypadá jako vážná nehoda
 - Zblízka jde vidět, že se jedná o instalaci
 - Přítomný vysvětlující billboard
- U silnic s vysokým počtem smrtelných dopravních nehod
- Překvapí řidiče a vytrhne je z pocitu bezpečí



Část 1 - Vrak

- Kampaň probíhá najednou ve všech krajích ČR.
- Instalace se po 2 týdnech přesune na další místo v kraji.
- Splňuje legislativní výjimku o reklamních zařízeních dle zákona o pozemních komunikacích.



Část 2 - Falešná pokuta

- Emočně naváže a připomene vrak
- Podnítí k hlubšímu zamyšlení nad problematikou
- Odkáže na web a uživatelskou mapu nebezpečných míst
- Distribuce do schránek v okolních obcích v blízkosti instalace

Část 3 - Online kampaň

- Zvedá povědomí o celé kampani
- Rozšíření kampaně mezi širokou veřejností
- Remarketing pro lidi, kteří prošli předchozí částí
- Odkazuje na web



Část 4 - Web

- vrakovistesnu.cz
- Podporuje předchozí části
- Stránka funguje i bez předchozí zkušenosti s vrakem a dopisem
- Znovu vysvětlení problematiky ztráty snů



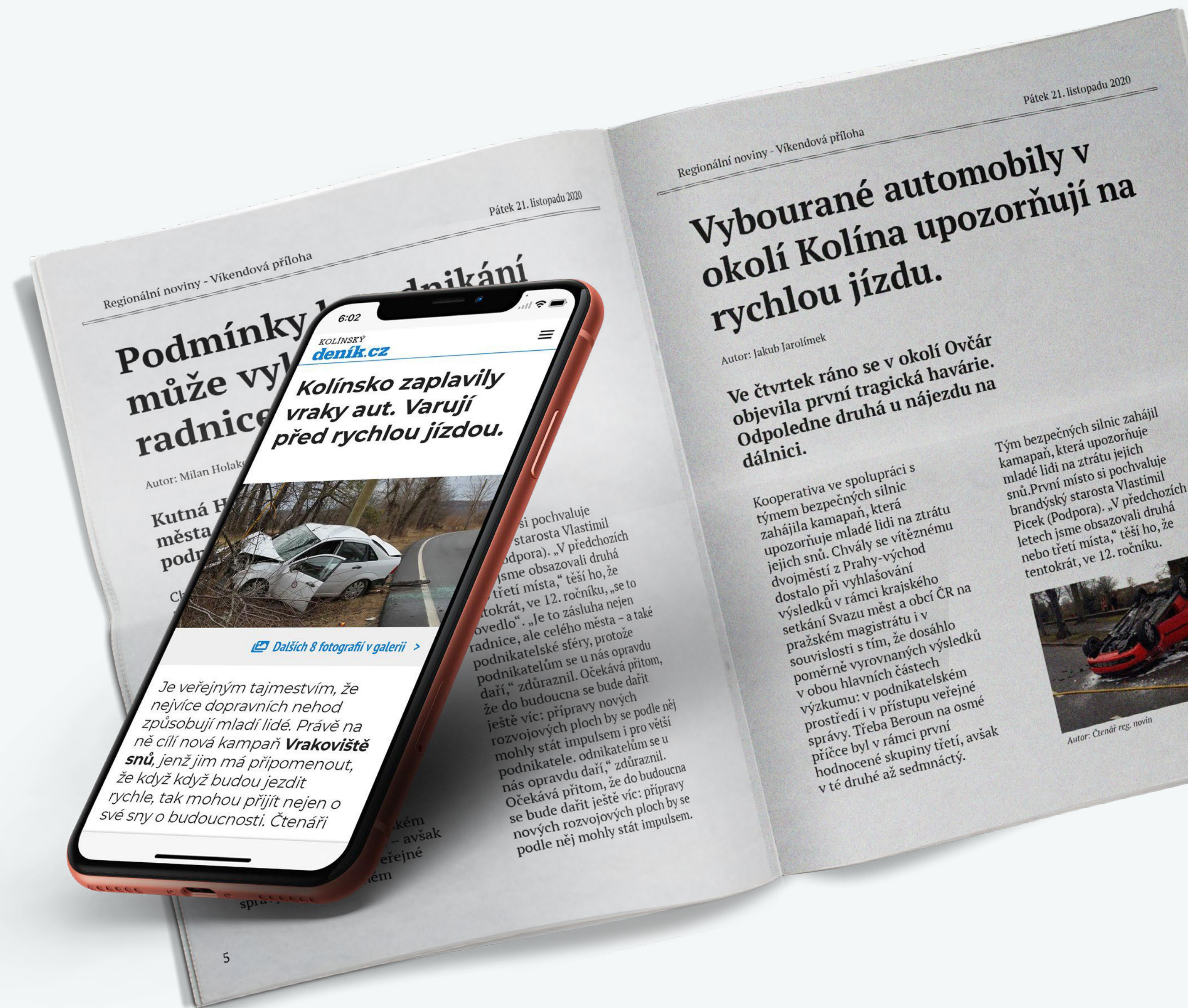
Část 4 - Web

- Vyzveme k zanesení vlastního rizikového místa do uživatelské mapy nebezpečných míst.
- Následně se vybere několik nebezpečných míst od uživatelů a dá se na ně instalace vraku.
- Návštěvnost webu a povědomí o problému podpořeno online kampaní.



Regionální média

- Spolupráce s novináři
- S předstihem vysvětlíme vrakovou kampaň
- Média nabídnou čtenářům ucelený pohled



Vyhodnocení kampaně

- Statistika rychlosti na daném úseku
- Dlouhodobě úmrtnost v dané lokalitě
- Počet návštěv na webové stránce
- Počet míst zanesených uživateli do mapy



Kam umístíme první vrak?



MARTIN

Creative Director



MICHAL

Creative Designer



VAŠEK

Strategist



KUBA

Project Manager