
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

V pátek 13. se z vody nestane horor

Klient:

Kooperativa, pojišťovna, a.s., VIG

Agentura / Přihlašovatel:

Kooperativa, pojišťovna, a.s., VIG

Spolupracující agentura / subjekt:

WeAreGinger

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Kontaktní osoba:

Jméno: Marek Vích

Firma/organizace: Kooperativa

Stručné shrnutí projektu:

Pátek 13.

Cílem bylo změnit vnímání pojištění a posílit emocionální spojení s pojišťovnou Kooperativa. Ta usiluje o transformaci celého segmentu pojišťovnictví - z pouhého finančního plnění na služby, které aktivně řeší problémy. Museli jsme proto udělat něco, co nikdo před námi - na jeden den jsme zpřístupnili služby instalatérů ZDARMA pro celou zemi. Lidé na vlastní kůži pocítili, že pojištění může skutečně pomáhat. Kooperativa tak opět ukázala, že je pojišťovnou pro život, jaký je.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

cíl: seznámit veřejnost s možnostmi, které poskytuje moderní pojištění majetku. Dnes prakticky v každé smlouvě má klient nárok zdarma na některé praktické asistence - zámečnické, instalatérské, topenářské, odstranění vosích hnízd, dezinfekce, dezinsekce, apod. U pojištění vozidel jsou asistence známy již od konce 90. let 20. století. Ale u majetkových pojištění je to relativní novinka.

Strategie a kreativa:

CCa 3 týdny komunikační cross kampaně (web, print, SoMe,...) k tématu: V pátek 13. poskytneme služby instalatéra při havárii pro celou ČR. Tato nabídka je veřejná a obecná, nijak se neváže na to, zda bude zájemce v nesnázích klientem Kooperativy.

Nástroje a aktivity:

web, print, SoMe, TV snídaně s Novou, microsite

Výsledky:

viz prezentace video a PP

Přínos a výsledky konkrétního nástroje:

viz prezentace video a PP