

MAMA VE ZA KA' SE GRE

Naj ti mama ne pere le cunj,
ampak pomaga prešaltat s kuverte na račun!

TI JE KAJ ZNANO?
POKLIČI MAMO!



MAMA VE ZA KA' SE GRE

Ko se končno odločim zamenjat
kuvetro za varčevani račun.

TI JE KAJ ZNANO?
POKLIČI MAMO!



S kuverte na račun MAMA VE, ZA KA' SE GRE

IMPLEMENTACIJA

Kampanja bi se komunicirala pod sloganom: MAMA VE, ZA KA' SE GRE - saj mame vedno vedo odgovor na vsako naše vprašanje.

Faza #1: Targetiranje mam otrok v starosti med 20 in 30 let. To bi potekalo s pošiljanjem kuvert na dom, kjer bi jih ozaveščali o pomembnosti varčevalnih računov. Prav tako bi ozaveščali tudi preko e-mail kampanj in oglasov na družbenih omrežjih. Pri tem bi se komuniciralo pomembnost varčevalnih računov za finančno varnost otrok.

Faza #2: Osveščanje mladih, da je mama tista, na katero se obrniti. Preko finančno naračanih problemov, ki so mladim blizu, bi jih spodbudili h klicu mame. Pod glavno sporočilo se bi dodala pobuda za takojšen klic mame - s klikom na ikono bi takoj pričel s klicom.

Celotna kampanja temelji na ideji, da bodo mame z željo po zaščiti svojih otrok pred finančno nestabilnostjo poskrbele, da si bodo ti odprli varčevalni račun in začeli varčevati na dolgi rok. Mladi pa bodo za tovrstno idejo bolj odprti, saj bo pobuda prišla s strani njihove mame in ne iz oglasov. Mi pa bi jih s celotno kampanjo le spodbudili h pogovoru.

MAMA VE, ZA KA' SE GRE

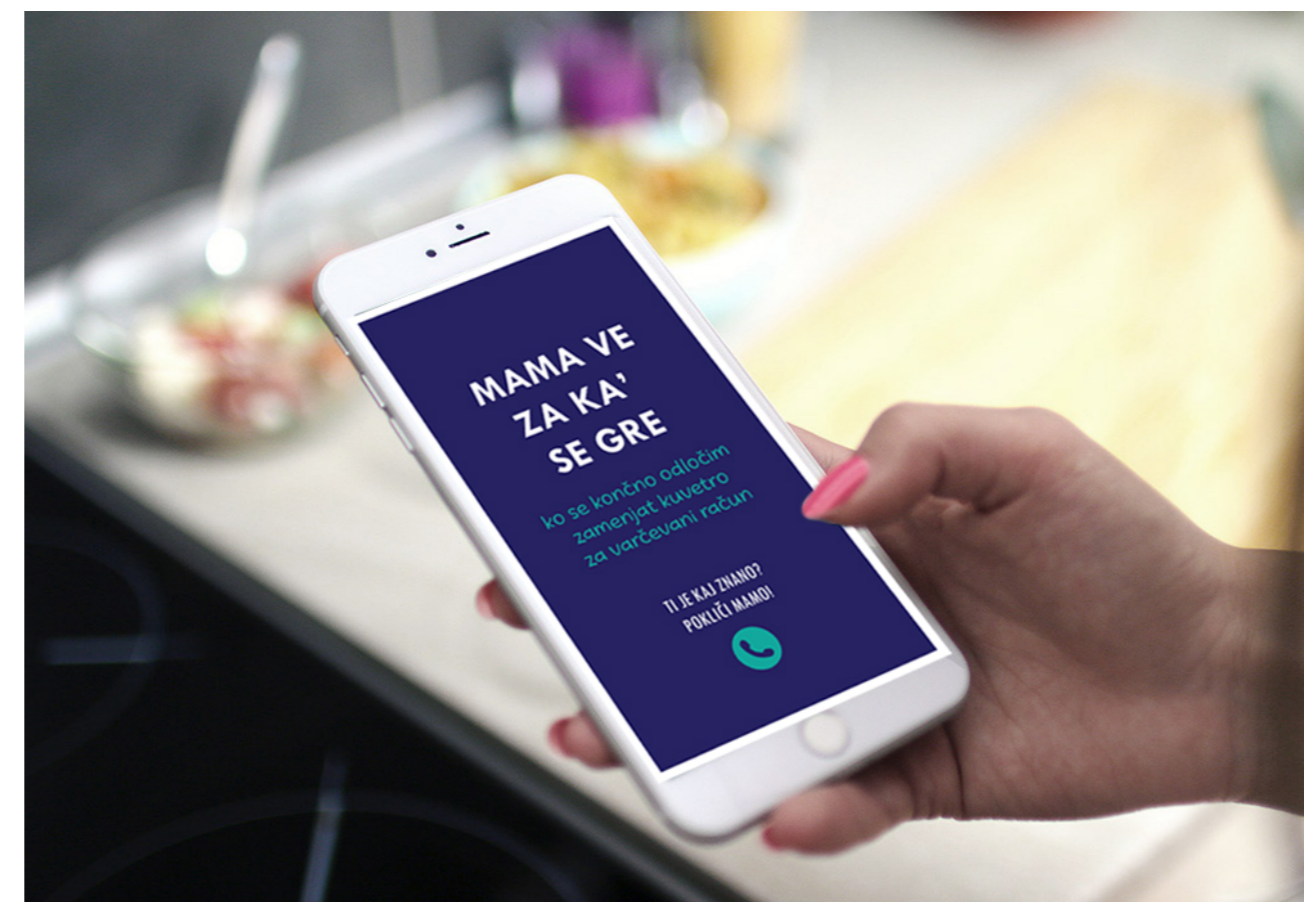
Vsaka mama ve, kje v hiši otroci skrivajo kuverte s prihranki.
Ne vedo pa, da lahko to ogrozi njihovo finančno varnost.

Pomagajte svojim otrokom doseči boljšo prihodnost
z odprtjem varčevalnega računa.

UVID

Mladi v večini nimamo, ali pa svojih varčevalnih računov ne uporabljamo aktivno. Razlogi za to so nemodernosti in nezaupanje bankam — na banke gledamo kot na »nujno zlo«. Iz tega razloga denar skrivamo doma, v kuvertah, saj nam to daje občutek varnosti in dostopnosti denarja. Lokacijo kuvert pogosto sporočimo le mamam. Navsezadnje so mame tiste, ki jim zaupamo že od otroštva in se na njih obračamo po nasvet. Še posebej v letih, ko se osamosvajamo in začnemo ceniti njihove napotke.

Ker mnogi ne vemo kaj bomo počeli čez leto dni, so nam finančna stabilnost in dolgoročni cilji španska vas. Težko je slediti nasvetom bank in korporacij, zato moramo tovrstne napotke prejeti od ljudi, ki so nam blizu in so finančno pismeni. Najbližja oseba je tako naša mama.



IDEJA

Ker mladi zaupamo mamam, želimo s kampanjo S Kuverte na račun mlade preko mam prepričati, da kuverte končno zamenjajo za varčevalni račun.

Z ozaveščanjem mladih o njihovi finančni nepismenosti in postopkih dolgoročnega varčevanja, bi jih spodbudili k iskanju nasvetov pri mamah. Saj je ona tista, na katero se lahko vedno zanesemo. Tako dosežemo, da se bodo mladi obrnili na osebo, ki ji zaupajo in katere napotkom dejansko sledimo.

Vzporedno pa bi komunicirali potekala tudi z mamami otrok med 20 in 30 leti. Nagovarjali bi jih z mislijo, da vsaka mama ve, kje v hiši otroci skrivajo kuverte s prihranki. Ne vedo pa, da to lahko ogrozi njihovo finančno varnost. Ob tej misli bi jim podali tudi razloge, ki govorijo o prid odprtju varčevalnega računa in prednostim dolgoročnega varčevanja. Tako bi v njih vzbudili materinski čut in željo, da svojim otrokom zagotovijo boljšo prihodnost.

Cilj je tako mame kot otroke spodbuditi h pogovoru o prihodnosti in možnim finančnim ciljem, ki se jih mladi morda še ne zavedajo. Kajti bodimo iskreni, nobena še tako dobra ponudba mladih ne bo prepričala za varčevanje na dolgi rok, vsak pa bo poslušal svojo mamo. Če nam bo mama dejala, da naj se usedemo in razmislimo o koristih dolgoročnega varčevanja, si bo vsak vzel vsaj nekaj časa za premislek in pregled ponudbe.

MAMA VE ZA KA' SE GRE

ko morem izračunat
obrestno mero

TI JE KAJ ZNANO?
POKLIČI MAMO!



MAMA VE ZA KA' SE GRE

ko ne veš kaj
pomeni depozit

TI JE KAJ ZNANO?
POKLIČI MAMO!

