

Невозмутимое решение назойливой проблемы

Веб [Картинки](#) [Переводчик](#) [Каталог](#) [Календарь](#) [Документы](#) [Gmail](#) [ещё](#) ▼



"прекратил лихачить"

Поиск

[Расширенный](#)

Поиск: в Интернете страниц на русском страниц из Беларуси

Веб [+ Показать настройки...](#)

⚠ Нет результатов для ""прекратил лихачить"".

Цель

Повлиять на молодых водителей-мужчин, чтобы они изменили стиль своего поведения за рулем. Сделать их поведение на дорогах социально-ответственным

Особенности

- В Беларуси мало машин, а хороших дорог и молодых людей много. Поэтому, вместе с машиной, молодой водитель получает статус и благодатные условия для «выпендрежа»
- Группа риска – те, кто научился ездить (но не водить!) до совершеннолетия, и при первой возможности получают права. Они считают, что уже все знают и дорвавшись до настоящей дороги, начинают самовыражаться. Они часто подвозят менее опытных друзей. Хотят их впечатлить, но, в отличие от западных сверстников, не следуют советам подруг о правильном вождении (например, израильская программа «дорожные ангелы»)
- Первое время они ориентируются не на правила и ГАИ, а на крутость кино-гонщиков и аркадных игр. Но, получив собственный опыт и

Challenge

Убедить молодых водителей в том, что лихачество - это не круто

Insight

Дорога – это место, где я могу самовыразиться как мужчина. И на самом деле опасности я боюсь гораздо меньше, чем показаться незрелым мальчиком в глазах друзей и опытных водителей

Стратеги

Мы формируем мнение автомобильного сообщества и релевантной молодой аудитории о том, что лихачество (пренебрежительное отношение к вождению) обнажает неопытность водителя за рулем. Оно сродни юношеской суетливости, неуверенности и неуместной пылкости.

Сообщени

Когда ты лихачишь – ты «палишься», что ты мальчишка

Креативная

Stay man – drive cool

(рекомендуем проводить кампанию на английском языке, который является модным. При необходимости возможна адаптация на русский язык: мужчины за рулем невозмутимы)

Подход к планированию каналов и инструментов.

Что?	Для кого?	Зачем?
ТВ, Радио, Пресса	Вся общественность	Запуск программы «Stay man – drive cool»
Нестандартный outdoor	Водители, лихачи	Привлечение внимания к программе
Нестандартное радио реклама	Водители, лихачи	Информирование + вовлечение в интерактив
Реклама в кинотеатрах	Молодежь	Информирование о программе
Специальные программы (распространение клаксонов)	Все водители	Побуждение к замечаниям лихачам
Активации на дорогах	Все водители	Шум + WOM-эффект
Event	Все автолюбители	Участие в программе
Автошколы	Будущие водители	Обучение мужскому поведению на дороге
Парковки (университеты, кино, клубы, HoReCa)	Водители	Донесение основного сообщения

В какой последовательности:

шум – знание и информированность – вовлечение – участие

Пример

Создание и популяризация символа компании: клаксона со звуком ребенка «уа-уа» и специального моргания фарами, для выражения отношения к лихачу как к ребенку. Рассказ о данных символах на радио, ТВ, Интернет. Клаксоны выдаются во время всех активностей

Авто-кинотеатры/кинотеатры: до начала показа зрителям за 15 секунд демонстрируется весь фильм: «Излишняя скорость мешает оценить крутость. Stay man – drive cool»

Нестандартное использование радио:

Наблюдение: При ускорении записи голос становится выше и как бы молодеет.

Применение: Серия ускоряющихся текстовых роликов и песен, с основной коммуникацией: Ускоряясь, ты становишься мальчишкой». **Stay man – drive cool**

Медиа-решение для дорожных перетяжек и перфомансов на зебре:

Перетяжки: разделение коммуникации на перетяжке для каждой полосы движения с адаптацией сообщения кампании.

Перфоманс: на зебре во время перехода перед каждой полосой становится девушка с большим плакатом с обращением к конкретной полосе

Пример

Cool racing – event: новый формат стрит-рейсинг соревнований. Крутой водила – это не тот, кто топит в пол, а тот кто может контролировать машину на 100%.

Дисциплины: четверть мили за точно определенное время в несколько этапов (67секунд, 84 секунды)/ четверть мили со стаканом воды на капоте. Для мальчиков (12-15 лет) виртуальные гонки с ограничением по скорости или до первого ДДТ.

Улица: Подставные гонщики, которые вызывают кивков рвануть со светофора. Если водитель отказывается, он получает подарок. Если готовиться гоняться видит табличку с сообщением кампании.

Интернет: Баннерная кампания на релевантных сайтах. Автомобиль быстро «перестраивается» из баннера в баннер по всему сайту. Достигнув верхнего горизонтального баннера появляется коммуникация: «Раздражает? Stay man – drive cool».

Приложение Вконтакте: «Кто ты за рулем?» игра в стиле билетов ПДД, определяющее твой образ за рулем (сосунок, слабак, мальчишка, мужчина, невозмутимый)

конкурс: Угадай сколько «протянет»: на сайте 20 свежих видео-записей водителей лихачей. Посетители сайта могут сделать ставки на то, кто из них первым попадет на штраф. Всем победителям бонусный контент + клаксоны

Пример

Реальное доказательство крутости соблюдения скоростного режима. На дороге специальный автомобиль с модным ди-джем в прозрачном кузове. Машина транслирует на своей радио-волне сет ди-джея. Машина брендирована «Stay man – drive cool» и частотой канала. Если ехать со скоростью машины можно поймать радио-волну

Вычисли неопытного: По городу ездят подставные лихачи. Необходимо заметить этих водителей и прислать их номера на специальный адрес. Если среди присланных номеров оказываются реальные молодые водители по базе ГАИ, они получают DM-рассылку: «мальчишка, тебя раскусили», со стикером мальчишка за рулем

Нестандартный outdoor

Рядом с постоянно быстро вращающимся призматроном брендирован стандартный щит: «Что круче? Постоянно вертеться или быть невозмутимым? Stay man – drive cool»

На светофорах около опасных поворотов вперед стартует яркий кабриолет с веселящейся молодежью, вырывается вперед и скрывается за поворотом. За поворотом транспортный поток ждет сюрприз. Инсталляция с этим (таким же)

Главное в нашей

Да ты
успоко-О-
Ойся!!!

Славик, что-то я очкую.
Они же нас стопудова
просекут, может втопим и
подрежем, а?



Stay man – drive cool