



KREATÍVNY BRIEF 2018

1/2

BACKGROUND



V roku 2015 prišiel na trh verejnej dopravy nový taxi operátor UBER. V rámci filozofie shared economy spôsobil zásadný prevrat nielen v cenách prepravy, ale aj v spôsobe, ako môžu obe strany – neprofesionálny vodič a zákazník profitovať z tejto mobilnej aplikácie. V mnohých krajinách však rástli protestné aktivity profesionálnych taxi organizácií pre zakázanie Uberu, resp. zrovnoprávnenie pravidiel pre všetky strany / bezpečnosť, licencie, atď.../ Hlavná argumentácia UBERu stála na tom, že nie je taxislužbou, ale iba aplikáciou. Zástancovia UBERu zase poukazovali na už legendárne nekalé "rumunské" praktiky taxislužieb, ich vodičov, v predražovaní jász, zlej firemnej kultúre, zložitom spôsobe objednávanía atď.

Podobne ako vo viacerých krajinách, aj u nás bolo fungovanie Uberu legislatívne obmedzené, čo spôsobilo odchod tejto služby. **Tým utrpeli nielen amatérski vodiči, ale aj zákazníci a moderná spoločnosť ako taká.** Momentálne v rámci online platforiem fungujú najznámejšie Taxify, Hopin a Liftago. Žiadna z nich sa však cenovo /a asi ani užívateľsky/ nedokáže vyrovať službám Uberu.

ČO JE TVOJOU ÚLOHOU?

Vašou úlohou je pripraviť spoločenskú kampaň, za ktorou by stála organizácia alebo hnutie, **ktorého názov si sami vymyslíte.** Kampaň má znovu verejne otvoriť tému UBERu, pripomenúť jeho benefity a vytvoriť spoločenský tlak na verejné orgány, s cieľom navrátiť UBER späť.

Chceme deklarovať, že chceme, aby sa moderné služby, z ktorých benefitujú občania podporovali a nie zakazovali. Že ako spoločnosť chceme, aby sa princípom shared economy legislatíva prispôbovala a nie ich zakazovala. Chceme naspäť kvalitu, výhodnú cenu, férovosť a transparentiu, ktorú Uber ako jediný reprezentoval.

Kreatíva nesmie atakovať klasických taxikárov. Kampaň nesmie sklúzať do negativity a agresie. Takáto práca môže byť z hodnotenia vylúčená (!)

POSOLSTVO / USP

Chceme Uber späť.
Moderné služby, z ktorých profitujú obyčajní ľudia treba podporovať

CIEĽOVÁ SKUPINA

primárne mladší ľudia, 16 - 45, sekundárne decision makers v rámci štátnych orgánov, Bratislava a okolie



KREATÍVNY BRIEF 2018

2/2

MÉDIÁ



Vyber **minimálne 3 médiá**, s ktorými by si danú cieľovku vedel efektívne zasiahnúť. Vzhľadom na to, že digitál je pri cieľovke UBER dôležitý, v tvojej prezentácii **sa musia objaviť offline aj online aplikácie nápadu**, ktoré by sa vzájomne dopĺňali. Podstatné je, aby to celé hralo dokopy pod jednou ideou a silným kľúčovým wordingom.

Vyberať si môžete z týchto médií a kanálov:

DIGITAL: Facebook, Instagram, banner, microsite

ATL: TV spot, billboard, citylight, rozhlas

BTL: pouličný transparent, promo inštalácia, event, guerilla marketing

KEDY, KDE A AKO

Najneskôr do **11. 5. 2018 (do 23:55)** pošli svoju prezentáciu (maximálne 10 slidov) na e-mail fkovalcikova@gmail.com. Nezabúdaj, že ide o kreatívne zadanie, **nezamotávajú sa do strategických pokecov, mediaplánov a siahodlhých filozofických textov**. Rozhoduje len idea, jej sila a aktivizačný potenciál. Obrázky pomôžu, ale nie sú rozhodujúce.

Veľa šťastia!

Tím ADC Slovensko
www.adcslovakia.sk

