

Pit Stop

Комплексная рекламная кампания

Актуальность

Невозможно представить современный город без велосипедистов, но, к сожалению, многие забывают, что передвижение на велосипеде связано с большой ответственностью. Незнание ППД велосипедистами приводит к учащению случаев аварии, происшедших по вине владельца велосипеда.

Статистика

Согласно статистике аварии на дорогах происходят по двум причинам:

- Невнимательность водителя автомобиля.
- Нарушение ПДД самим велосипедистом.

Цели

- Снизить количество аварий с участием велосипедистов.
- Повысить уровень знания ПДД среди москвичей.
  - Привлечь внимание ЦА.
  - Ознакомить ЦА с ПДД для велосипедистов.
  - Дать понять, что соблюдать правила – удобно.
- Связать соблюдение ПДД с позитивными эмоциями
  - Показать велосипедистам, что город заинтересован в них, готов развивать инфраструктуру и заботиться о безопасности.
  - Объяснить велосипедистам, что забота о безопасности начинается с них самих.

Main Idea

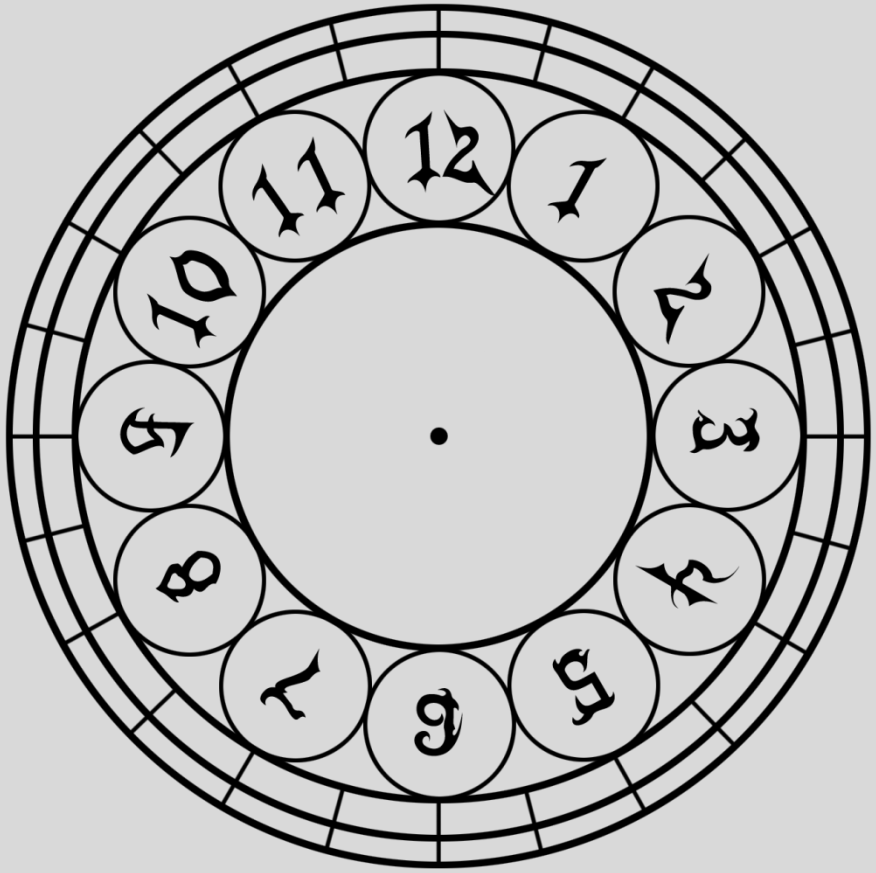
Сформировать позитивное восприятие ПДД через организацию «питстопов» - комфортной, полезной зоной для велосипедистов. Тем самым показать, что город заинтересован в комфортном существовании велосипедистов и их безопасности. Все это сопровождается размещением материалов посвященных безопасности на дороге.

Target Audience

Мужчины и женщины, 18-35 лет (ядро), использующие велосипед в повседневной жизни.(А люди, катающиеся по праздникам, нам не подходят??)))



Когда делаем?



Велосезон: с конца марта до конца октября, раз в две недели проведение тематических эвентов.

Реализация

Организация «питстопов» в городе, которые включают в себя по ремонту мелких поломок (бесплатная подкачка, заплатка на шины за минимальные деньги, продажа камер и покрышек) и рекреационной зоной (с продажей прохладительных напитков и легкого перекуса). Источник финансирования: государственное субсидирование (по улучшению инфраструктуры города) и мелкое предпринимательство (выручку от продажи товаров они могут положить себе в карман).

«Питстопы» (15+, точное количество зависит от бюджета) стоит открыть в местах наибольшего скопления велосипедистов: парки, популярные места и т.д.



+

На открытие «питстопов» проводиться квест-мероприятие (велопробег), основной целью которого является повышение уровня осведомленности велосипедистов.

Осуществление поддержки квест-мероприятия через SMM (сообщества велосипедистов в соц. сетях).

Покупка бейджа в Foursquare: зачекинься во всех питстопах – получи бейдж.

Online-трансляция на ТВ Дождь квеста-мероприятия





Ожидаемые результаты

- Снижение количества аварий, вызванных по вине велосипедистов
- Повышение уровня «дорожной грамотности» велосипедистов
- Привлечения внимания к проблеме как ЦА, так и чиновников с журналистами

Спасибо за внимание!

