

## BRIEF ŠKODA x KREATURA X EMPOWER COMMUNITIES – 60+

### TŁO

W 2023 roku marka Škoda wprowadziła nowe pozycjonowanie oraz identyfikację wizualną. Komunikacja marki Škoda jest oparta o ideę Explore more - Škoda jest śmiałym towarzyszem w okrywaniu: nie tylko odkrywaniu nowych miejsc, ale także swoich umiejętności, pasji.

W ramach filaru Empower communities, marka chce wesprzeć grupę osób 60+, która do tej pory nie była corem komunikacji. Osoby te są szczególną, często zapomnianą i pomijaną przez wiele marek grupą wiekową. Są zmotywowane i dysponują nadmiarem wolnego czasu, ale często nie potrafią go sami zagospodarować,

Škoda oferuje im mobilność (także poprzez ofertę finansową), zachęca do nowych doświadczeń i docenia ich chęć odkrywania.

### GRUPA DOCELOWA

Osoby 60+, otwarte na świat i nowe doświadczenia, aktywne.

### CELE

1. Pokazanie mobilności jako drogi do odkrywania i rozwijania pasji oraz prezentacja marki jako wspierającej grupę 60+.
2. Zachęcenie do zakupu nowego samochodu marki w oparciu o nowe pozycjonowanie.
3. Prezentacja Škody Kamiq i jej cech produktowych, dopasowanych do potrzeb tej grupy.

### ZADANIE

Koncept kreatywny adresowany do grupy docelowej 60+, w zgodzie z pozycjonowaniem marki „Explore more”:

Mandatories - Angażująca historia o odkrywaniu i realizacji pasji.

### KANAŁY

Kampania możliwa do przeprowadzenia we wszystkich mediach. Zaproponuj najlepsze według Ciebie kanały do komunikacji. Możesz myśleć szeroko, crossmediowo ale także możesz skoncentrować się na jednym wybranym kanale komunikacji i zaproponować akcję taktyczną. Decyzja należy do Ciebie.

### BUDŻET

No limit