



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

15. dodjela nagrada Grand Prix 2022.

Grand PRix za odnose s javnošću za velika trgovačka društva

Naziv projekta: **LAQO by Croatia osiguranje, prvo hrvatsko 100 posto digitalno osiguranje predstavlja program prevencije LaqoPrevent**

404 d.o.o za LAQO by Croatia osiguranje

Razdoblje realizacije projekta: od ožujka do listopada 2021.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: Brzina je najčešći uzrok nesreća koje su završile smrću ili teškim tjelesnim ozljedama. Uz brzinu, često su prisutni alkohol, nekorištenje sigurnosnog pojasa te uporaba mobitela za vrijeme vožnje, što su ujedno i najčešći razlozi stradavanja u prometu. Zbog svega navedenog, LAQO kao prvo digitalno osiguranje u Hrvatskoj pokreće program prevencije LaqoPrevent i svojim korisnicima omogućuje korištenje jedinstvenih inovativnih rješenja s ciljem dodatne zaštite korisnika. Prva inicijativa u sklopu programa LaqoPrevent promiče sigurnu vožnju i odgovorno ponašanje u prometu korištenjem telematike – tehnologije koja omogućuje da LAQO korisnici prate i korigiraju svoje ponašanje u prometu.

Poslovni ciljevi: postići da barem 20 posto korisnika LAQO aplikacije koristi LaqoPrevent; postići da se LaqoPrevent koristi tijekom 200.000 vožnji i na više od milijun kilometara; nagrađivanjem i motiviranjem postići da prosječna ocjena vozača bude 70/100; podijeliti 500 nagrada kroz natječaje i značke; osigurati 5.000 posjeta webu laqo.hr tijekom promocije programa LaqoPrevent. Komunikacijski ciljevi: osvijestiti javnost o problematici brzine i korištenja mobitela u vožnji; predstaviti LaqoPrevent korisnicima LAQO osiguranja i široj javnosti; osigurati da minimalno 500 ljudi prati livestream press konferencije; ostvariti visoku medijsku vidljivost ostvarivanjem minimalno 80 objava u relevantnim medijima; ostvariti visoku vidljivost Instagram stunta „Oči širom zatvorene“ – 50.000 pregleda; pozicionirati LAQO kao osiguranje koje zaista brine o svojim korisnicima; pozicioniranje LAQO osiguranja kao predvodnika tehnoloških trendova u industriji osiguranja.

Provedba: Projekt se provodio putem internih i vanjskih aktivnosti. Interna - ekskluzivna interna najava programa prevencije i telematike. Eksterne: interaktivna i hibridna press konferencija; objava za medije; suradnje s medijima, suradnja s influencerima (celebrity, lifestyle, tech, auto i business); INSTAGRAM STUNT „OČI ŠIROM ZATVORENE“ (Video eksperiment s LAQO ambasadorima i Objava za medije) i ALWAYS-ON AKTIVNOSTI (objava za medije, medijske reportaže, intervjui s predstavnicima CO/LAQO osiguranja, djelovanje na konferencijama i druženja s tech zajednicom).

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: 35% korisnika LAQO aplikacije su članovi LaqoPrevent programa; ukupno prijeđeno kilometara: 4.370.300 km; broj vožnji: 396.100; prosječna ocjena: 73/100; nagrada podijeljeno kroz natječaje i značke: 999; influenceri su kroz svoje FB i IG objave podigli awareness o LaqoPreventu i doveli preko 10.000 korisnika na LAQO web; LAQO je u 2021. osvojio niz nagrada i priznanja, a posebno se ističu nagrada za najbolje korisničko iskustvo (godišnja nagrada CX.hr portala) te pobjeda u kategoriji „Najbolji projekt poslovnog sektora u ostvarivanju sigurnosti zajednice“ (Hrvatska udruga menadžera sigurnosti); press konferenciju je pratilo više od 1.000 gledatelja (Index.hr livestream).

Kreativnost i inovativnost: LAQO pozitivne promjene na tržištu donosi inovativnom upotrebom tehnologije. LaqoPrevent osmišljen je kao kreativna upotreba tehnologije, napravljen je da bude zabavnim koliko i korisnim, potičući svakodnevni angažman korisnika.