

BRIEF CREATIVO

CONCURSO JÓVENES CREATIVOS

PREMIOS TOTEM 2016



PROYECTO

1. **Descripción del Proyecto:** CAMPAÑA DE EDUCACIÓN VIAL

2. **Piezas a Desarrollar:** el participante deberá presentar:

- **1 campaña pensada para Panel Digital**, consta de hasta 3 paneles secuanciales que en conjunto tengan una duración de 8 seg. De ganar el premio será emitido en paneles digitales de vía pública. Deberá tomar en cuenta las siguientes especificaciones: **Calidad:** Alta, **Resolución:** 300 dpi, **Modo:** RGB, **Medida:** 1.20m de ancho x 60 cm de altura (medida proporcional).
- **1 o más piezas** pensada en cualquiera de los soportes que compiten en las distintas categorías de Premios TOTEM (Paneles, vallas, Mobiliario urbano, Movil, Indoor, Edificaciones, Corporeo, Digital, Panel del Sur). Deberá tomar en cuenta las siguientes especificaciones: **Calidad:** Alta, **Resolución:** 300 dpi, **Medida:** A3.

OBJETIVOS:

3. **Objetivos:**

Crear conciencia entre las personas del uso y respeto de las señales de tránsito.

La idea es concientizar a los conductores y peatones sobre la seguridad vial, sobre la responsabilidad de cada uno para no cometer excesos que pueden acabar en accidentes fatales.

4. **Grupo Objetivo (GO):**

Hombre, mujeres y niños entre 12 a 80 años. NSEC: ABCD, peatones y conductores.

5. **Estrategia Creativa:**

Presentar a Hyundai como una empresa que crea conciencia social entre las personas sobre el buen uso de las señales de tránsito y el respeto a las mismas. Tanto a conductores como peatones.

DETALLES

6. **Antecedentes / Situación Actual / Contexto Competitivo:**

Actualmente las marcas realizan campañas donde muestran los beneficios de sus autos en el tema de seguridad, pero no se preocupan en enseñar o educar a las personas sobre el respeto que se debe tener a las señales de tránsito, por eso Hyundai quiere ser la voz principal de esta campaña.

Antecedentes: - 11,500 personas atropelladas en los últimos 2 años.

Principales causas:

- Exceso de velocidad: 37%.
- Imprudencia del conductor: 20%.
- Imprudencia del peatón: 19%.
- Ebriedad: 6%.

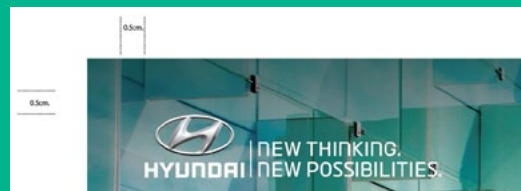
7. **Distintividad Competitiva**

Queremos mostrar a Hyundai como una marca Responsable y Comprometida con la labor social, preocupándose del entorno.

8. **Elementos mandatorios**

El participante deberá tomar en cuenta dentro del arte los siguientes elementos:

- Colocar **Logo de Hyundai** y utilizar a la marca dentro de su mensaje (ubicarlo en lado superior izquierdo, tomando en cuenta el área de seguridad: 0.5cm con respecto al filo de la página).
- Creación de mensaje de conciencia.



9. **Consumer Insights**

Clientes modernos, aspiracionales, reconocen el gran prestigio a nivel mundial los mueve el diseño y tecnología.

ORGANIZA:

mercado
advertising news **negro.pe**
PUBLICIDAD Y MARKETING EN PERÚ

AUSPICIO
JÓVENES
CREATIVOS:

 **HYUNDAI** | NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.


TRANSITEMOS
Fundación
Unidos por un transporte eficiente