



# KRESZ FAKTOR UP THE GAME



**ORSZÁGOS KRESZ-TESTT** baleset-megelőzési kampány  
Fiataloknak friss jogosítványosoknak az NFM megbízásából  
**KRESZ-Faktor** - játékos vetélkedő

# Kampány elnevezése: **KRESZ FAKTOR**



01

## Szlogen:

Ha van cél, vezet oda út is!

02

## Célcsoport:

- **Elsődleges célcsoport: friss jogosítvánnyal rendelkező fiatalok (18-25 év)**
- Másodlagos célcsoport: a fiatalokon keresztül szüleik, családtagjaik

03

## Kampány arca:

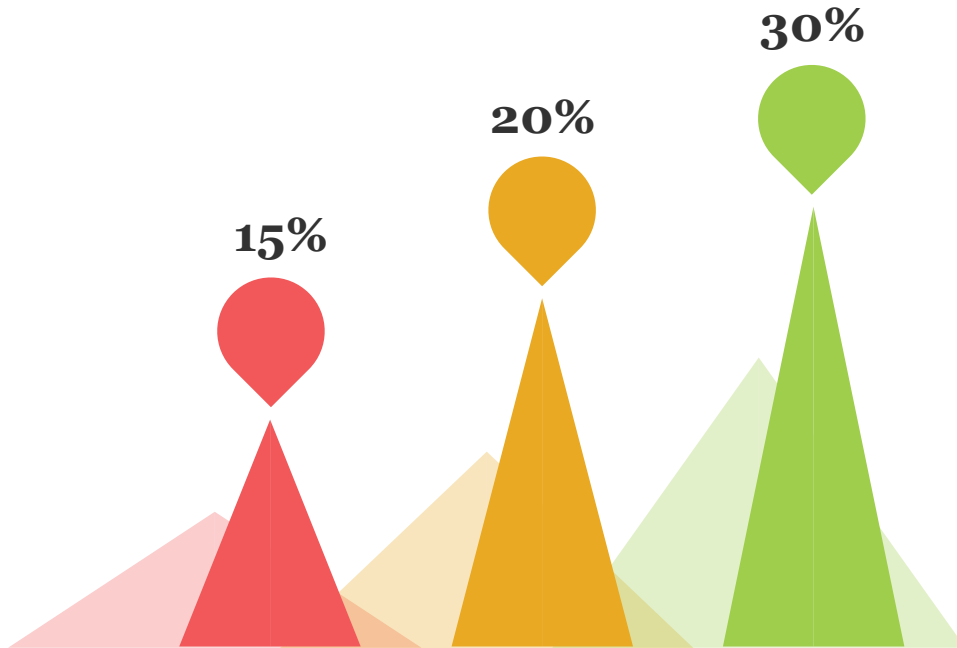
Michelisz Norbert túraautó-versenyző

04

## Közreműködők:

- Nemzeti Fejlesztési Minisztérium
- ORFK-Országos Balesetmegelőzési Bizottság
- Közlekedéstudományi Intézet
- E-Educatio, EDU-KRESZ-learning
- PORSCHE Hungária
- Hungaroring és Tanpálya





## Figyelemfelkeltés és prevenció

A statisztikák szerint a 15 és 30 év közötti fiatalok a közúti közlekedés legveszélyeztetettebb csoportja. Ők az EU össznépességének csak 20%-át adják, baleseti ráta szempontjából viszont 30%-os az érintettségük.

A tendenciák alapján 15 éven belül az ötödik leggyakoribb halálokká lép elő a halálos kimenetelű közúti baleset.

Gyakori probléma a gyorsjárat, a biztonsági öv használatának mellőzése, alkoholos befolyásoltság, illetve a friss jogosítvánnyal rendelkező sofőröknél a túlzott önbizalom és a megfelelő rutin hiánya.

## 01 FELADAT

2017. március – május  
Online KRESZ-teszt

## 03 DÖNTŐ

2017. Június 12.  
Gyakorlati teszt a Hungaroringen  
Nyereményautó átadása



00

2017. február – március  
Sajtótájékoztató és elő  
promóció



## 02 FELADAT

2017. április – május  
Online pályamunkák beküldése



*Az első és a második forduló párhuzamosan, egymás mellett fut, és egyszerre fejeződnek be, a nagyobb elérés érdekében. Az online promóció alatt is sorsolunk ki ajándékokat a KRESZ-feladatokat megoldók között.*

# Lebonyolítási koncepció



## Első forduló:

---

Az első fordulóban a fiatalok széles rétegei játékos formában, a célcsoportokhoz igazodó online teszt kitöltésével tehetik próbára KRESZ- és vezetéstechnikai tudásukat.

100 db, nehézség szerint csoportokba osztott KRESZ-kérdés közül, véletlenszerűen kiválasztott 20 kérdést kell helyesen megválaszolniuk a résztvevőknek időre.

Ehhez egy külön **weboldalt** fejlesztenénk, ahol elérhetőek lennének a tesztek, és a versennyel kapcsolatos legfontosabb információk. A weboldalt úgy alakítjuk ki, hogy a teszt **okoseszközökön** is kitölthető legyen. Az erre fejlesztett **Facebook-oldalon** folyamatosan tájékoztatjuk a játékosokat, és kommunikálunk velük.



## Második forduló:

---

Ez a forduló már inkább a Facebook felületein zajlana, és itt inkább a  **kreativitásra** (KRESZ-FAKTORSÁGRA) helyeznénk a hangsúlyt a modern kor szellemében. Az ebbe a fordulóba bejutó résztvevőknek egy, a lakóhelyükön megtalálható veszélyes közlekedési helyszínt kellene bemutatniuk (pl. egy rosszul felfestett zebra, vagy nehezen látható közlekedési tábla következményét.) A feladat az lenne, hogy készítsenek erről jópofa videó-blogot (maximum 1 percben) javasoljanak megoldást a veszélyes helyzetek megoldására. A legtöbb fiatal ezt a feladatot már egy egyszerűbb okos telefonnal is meg tudja oldani.

Ezeket a pályaműveket szintén a Facebookra kell feltölteni #kreszfaktor hashtaggel. Az értékelést szakmai zsűri bírálná el, amely tagjai a közreműködők közül kerülnének ki, **Michelisz Norberttel** kiegészülve. A végeredménybeaz egyes videók kapott lájkjait is beleszámítjuk, ösztönözve ezzel a résztvevőket is a kampány népszerűsítésére a barátaik, ismerőseik körében.

A KRESZ-tesztet helyesen kitöltő és a szakmai zsűri által legjobbnak ítélt 50 pályamű jutna tovább a döntőbe.



## Döntő

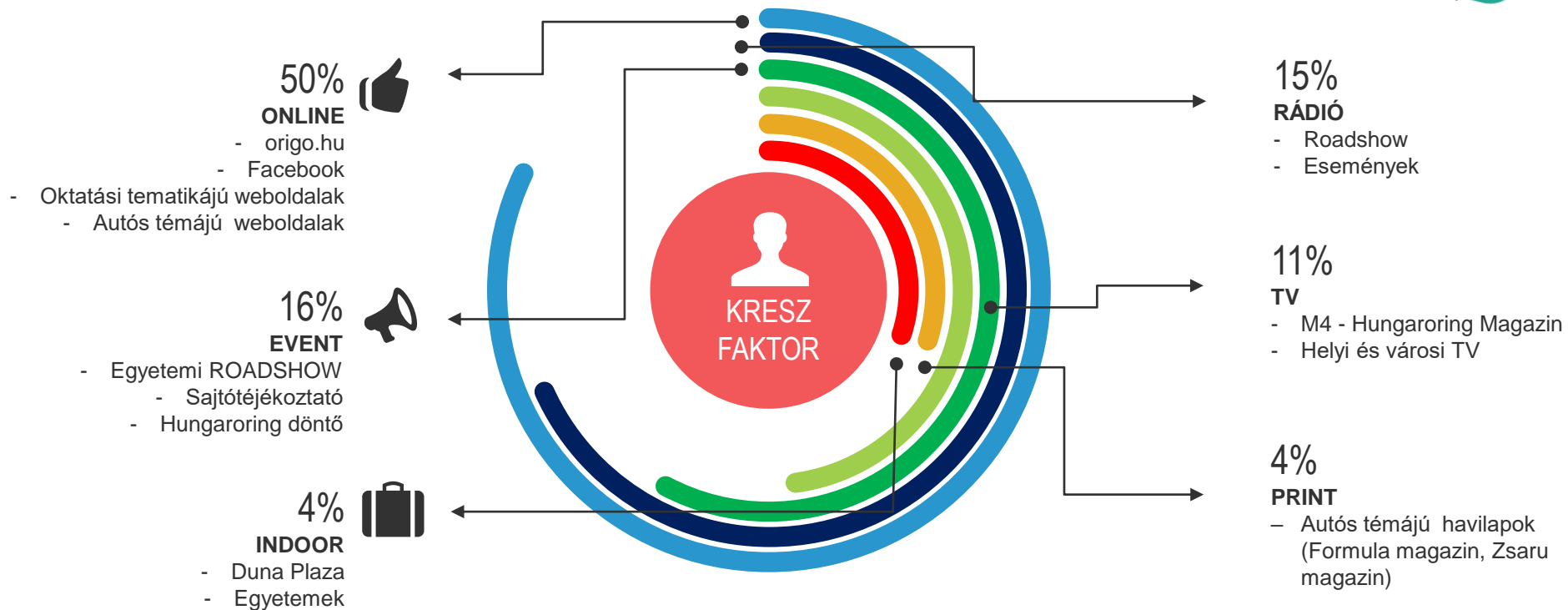
---

A döntő helyszíne a **Hungaroring** versenypálya (2017. június 12.).

A cél az elméleti és ügyességi feladatok kombinálásával egy élményekben gazdag esemény megrendezése – mindkét kategóriában ügyességi feladatok megoldásával. Az élményprogramok által – úgy, mint terepjárózás az Off Road Centrumban, körözés a Formula-1-es versenypályán – nem csupán a döntősök, hanem az őket kísérő többi látogató is maradandó élményekkel gazdagodna.

A döntő végén, a kiértékelés után ünnepélyes keretek között adnánk át a nyereményt, rövid műsorral.

Lebonyolítás határideje: 2017. június 30.



Teljes média érték: 50 000 000 Ft

Média	Helyi és városi TV	Format	Media Value (M ft)	Total Reach
TV	M4 - Hungaroring Magazin	Magazin	5	1 000 000
	Helyi és városi TV	Hirdetés	0,5	50 000
Print	Autós témájú havilapok (Formula magazin, Zsaru magazin)	Hirdetés - PR cikk	2	400 000
Radio	Radio1 - Reggeli Show	szpot	2,5	1 500 000
	Petőfi	szpot	5	3 000 000
Indoor	Duna Plaza	promóció	1	150 000
	Egyetemek	Promóció	1	500 000
Event	Egyetemi ROADSHOW	Élő promóció	3	500 000
	Sajtótájékoztató	promóció	1	500 000
	Hungaroring döntő	promóció	4	800 000
Online	origo.hu	hirdetés, PR	8	1 000 000
	Facebook	hirdetés	12	1 400 000
	Oktatási tematikájú weboldalak	hirdetés	2	300 000





## Online

---

---

Az uralkodó trió a Google, a Facebook és a YouTube. A 15-24 éves internetezők körében ez a három fórum szerepel a legnépszerűbb weboldalak dobogóján Magyarországon.

Népszerűsítés:

- Origo.hu PR cikk és banner
- Facebookos display kampányok
- Banner elhelyezések autós és oktatási témájú weboldalakon

## Rádió

---

---

Petőfi és Rádió1 szpotok és pr.

A két leghallgatottabb rádión keresztül főleg a szülőket, tanárokat érjük el.

## Event

---

---

Egyetemi roadshow a nyereményautóval. Több egyetemen bemutatjuk a nyereményautót, hosztessek és nyereményjátékok kíséretében.

Szórólapozás, szóróajándékok, high-tech regisztráció a helyszínen – a hosztesseknél tableten.

## TV

---

---

M4 Hungaroring magazin szpot: 2 adás, 4 ismétlés.

Digi Sport 1, 2, 3 – Félelem nélkül autós sportmagazin

Sport 1, 2 – Sportverda autós sportmagazin

## Print

---

---

Nemzeti Sport

Autós témájú havilapok (Formula magazin, 4x4 magazin, Autó Motor, ...)

## Indoor

---

---

Duna Plaza rádió és helyszíni promóció a 2. emeleten márciustól.



**Fődíj:** VW Up a POHU jóvoltából, prémium vezetéstechnikai tréning a Tanpálya jóvoltából

A nyereményautó kiemelt helyet kap a kommunikációban, kreatívokban és outdoor eseményeken.

**További nyeremények a Tanpálya jóvoltából:**

1. helyezett: Prémium tréning, 2.: Aktív tréning, 3.: Standard tréning, 4-5.: Bázis tréning, 6-10.: Bemelegítő tréning

## Kreatív tartalmak

---

Eseményekhez kapcsolódó figyelemfelkeltő grafikák, fotók és mozgó tartalmak gyártása.

- Vlog, klipek, rövid sajtóanyagok

## Nyereményjáték

---

Az egyetemi roadshow-n regisztráltak, a weboldalon és Facebookon játékosok között Hungaroringshop tréningeket sorsolunk ki a promóció során is.

# Együttműködő partnerek



NEMZETI FEJLESZTÉSI  
MINISZTERIUM



ORFK-ORSZÁGOS  
BALESETMEGELŐZÉSI  
BIZOTTSÁG



PORSCHE  
HUNGARIA

