



X



TARBIJAKAITSE JA
TEHNILISE JÄRELEVALVE
AMET

PROBLEEM

Eesti finantskirjaoskuse ja finantsteenuste alase teadlikkuse uuringust selgub, et lepingutingimustega tutvumise põhjalikkus varieerub vanuse ja haridustaseme lõikes.

Nooremad inimesed (18–29-aastased) kipuvad lepinguid põgusamalt lugema võrreldes vanemate vanuserühmadega.

Samuti on kõrgema haridustasemega isikud lepingutingimustega tutvumisel põhjalikumad kui madalama haridustasemega isikud.





EESMÄRK

- Kampaania eesmärgiks on tõsta sihtrühma teadlikkust tarbija õigustest ja lepingu sõlmimisel.
- Tähelepanu tuleb juhtida ka tarbija kohustustele ja vastutusele valikute langetamisel ning tehingute tegemisel.
- Samuti teavitada võimalusest lahendada tarbija ja kaupleja vahelisi vaidlusi tarbijavaidluste komisjonis.



INSIGHT

Inimesed on laisad, nagu ojake läbi tiheda rägastiku otsib aju kõige efektiivsemaid viise tegevuse optimeerimiseks. Dopamiin vallandub alles siis, kui eesmärk on täidetud.

Sama paralleeli saab luua ka lepingutingimustega nõustumisel ja müüja tausta kontrollimisel. Kahjuks on olukord selline, et see on kõigest vaheetapp. Sellest vaadatakse mööda, sest ostutingimustega nõustumine toimub automaatselt ning tihtipeale jääb oht märkamata.



PÕHISÕNUM

MÄRKA LÕKSU!



Märka tingimusi, väldi lõksu!



Enne ostu tutvu müüja tausta
ja lepingu tingimustega



TARBIJAKAITSE JA
TEHNILISE JÄRELEVALVE
AMET

Märka tingimusi, väldi lõksu!



Enne ostu tutvü müüja tausta
ja lepingu tingimustega



TARBIJAKAITSE JA
TEHNILISE JÄRELEVALVE
AMET

Märka tingimusi, väldi lõksu!



Enne ostu tutvu müüja tausta
ja lepingu tingimustega



TARBIJAKAITSE JA
TEHNILISE JÄRELEVALVE
AMET



VIDEOKLIPP

Loome humoorika ja silmatorkava video, mis koosneb kolmest valdkonnast, kus tarbija teadlikkus on madalaim.

- **Veebikauplustes ostude tegemine.**
- **Reisiteenuste ostmine teenusepakujalt.**
- **Kasutatud auto ostmine.**

Video eesmärk on keskenduda sihtgrupi teadlikkuse tõstmisele oma õigustest lepingulistes suhetes. Näidata, et oluline on enne ükskõik millise lepingu sõlmimist tutvuda tähelepanelikult tingimustega. Anda nõuandeid, kuidas ennast kaitsta ning mida teha juhul, kui tarbija õigusi on juba rikutud.





*visuaalid on esialgsed ning kirjeldavad karakteri iseloomu

“JAH” MEES

Ta on rõõmsameelne ja tore, kuid pisut uljas.
Mis on tema lemmiksõna? Ikka **jah**, sest tal on kombeks iga asjaga nõustuda.

Klipis näeme, kuidas **JAH mees** jalutab lustakal sammul mööda linna, lehvitab inimestele ja keksib rõõmust. Teda saadab hoogne muusika ja VO: “Priit elab perfektset elu. Ta ei kasuta sõnu nagu mure, probleem ning ei. Priit on **JAH mees**, kes nõustub kõige ja kõigiga.”

STORYBOARD



VIDEO

*visuaalid on esialgsed ning kirjeldavad absurdseid situatsioone

0"-7"

Karakteri tutvustamiseks nõustub video alguses **JAH mees** ringi jalutades absurdsete soovidega:

- 1) Üks mees ütleb, et ta kogub kulme ja soovib lisada ka **JAH mehe** kulmu enda kollektsiooni. **JAH mees** jalutab edasi ilma kulmuta.
- 2) Samuti pakutakse talle tätoveeringut, **JAH mees** nõustub ilma pikema jututa. Tema nägu kaunistab väljamõeldud ettevõtte logona uus tätoveering.

* absurdsed situatsioonid on esialgsed näited, kuid need peaksid olema piisavalt julged, et igaüks mõistaks olukorra vastuolulisust.

Müüa vähe palju kasutatud auto!



Kere: 87%
Toodetud: 38 aastat peale kuule maandumist.
Mootor: Olemas!
Käigukast: käib kah.

Tule kohe järele!
Võta ühendust numbril: +372 667 2000

*Maaliline pakettreis
Egiptusesse.*

Broneeri juba täna!



Osta kohe,
maksa

2x



www.eazyelektroonika.ee

EazyElektroonika



*Reklaamid, mida JAH mees kohtab.

VIDEO

7"-15"

Samuti kohtab ta intrigeerivate sõnumitega reklaame, mis kannavad endas sügavat tähendust. "Osta kohe, maksa topelt!", "Vähe palju kasutatud auto!" ja "Maaliline pakettreis Egiptusesse!"

Ilmselgelt vastab meie **JAH mees** neile kõigile nõustuvalt.



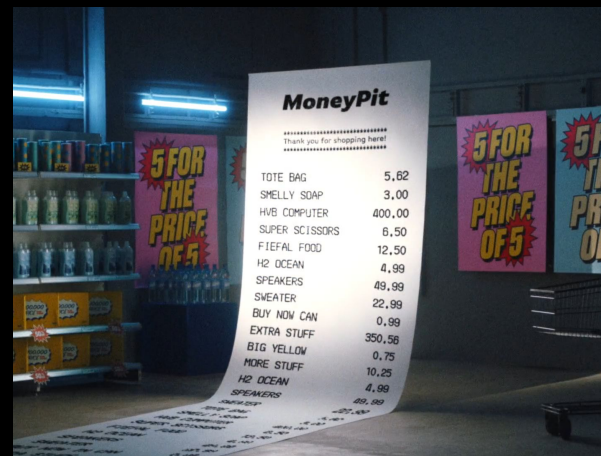
*visuaalid on esialgsed

VIDEO

15”-18”

JAH mees ei pööranud suurt tähelepanu lepingute sõlmimisel ja teda on tabamas suur šokk. Probleem tuleb alati ootamatult, eriti siis, kui me jätame endale teadmata mõned olulised sammud vahele. Peale seda, kui **JAH mees** on nõustunud absoluutselt kõigega, tuleb maksta oma tegude eest.

JAH mees pöörab ümber nurga ning prantsatab ehmatuses pepuli, teda tabas nõustumiste järelmõju. Ehmatuses toibudes seisab tema ees ülikonnas Rooside sõja stiilis õhtujuht, kes hoiab elusuurst tšekki, millele on kirjutatud: “Aeg on maksta!”. PALJU ÕNNE, OLETE LANGENUD LÖKSU! **JAH mees** on segaduses.



*visuaalid on esialgsed

VIDEO

“18-24”

Saatejuht selgitab talle, et see “võit” on ilmnenud, kuna ta jättis olulised tegevused tegemata. Näiteks ostis mees kahtlasest veebikauplusest ilma, et oleks teinud taustauuringut ja eraisikult kasutatud auto ostueelse kontrollita ning tagatipuks pakettreisi teenusepakkujalt, mis on ka varem inimesi tüssanud.

Saatejuht ei jäta **JAH meest** oma probleemiga üksi, vaid pakub lahenduse. Sellegipoolest toonitab, et edaspidi on see tema kohustus uurida müüja tausta ning tutvuda lepingu tingimustega, et vältida löksu langemist.

Märka tingimusi, väldi lõksu!



*visuaalid on esialgsed

VIDEO

“24-27”

JAH mees jääb nõutult seisma ning ekraanile ilmub kampaania visuaal koos sõnumiga:

Märka

tingimusi,

väldi

lõksu.

Enne ostu tutvu müüja tausta ja lepingu tingimustega.

TTJA ————— VIDEOKLIPP ————— VAAS

TNIX.
