

BRIEF KREATYWNY

KLIENT: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów; pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa

CO DO ZROBIENIA: Animowany spot reklamowy „Prawa konsumenta” (30 sek.) w wersji telewizyjnej, radiowej i internetowej

Emisja: TV, internet, POSy, autobusy, metro, radio

TERMIN EMISJI: styczeń 2015

DLACZEGO REKLAMUJEMY?

Cel: poinformowanie konsumentów, że istnieją przepisy, które chronią ich podczas dokonywania zakupów.

Okazją do przeprowadzenia kampanii jest zmiana dotychczasowych regulacji, która nastąpi 25 grudnia 2014. Wówczas wchodzi w życie nowe przepisy konsumenckie, zmieniające w wielu aspektach regulacje związane z zakupami na odległość i poza siedzibą przedsiębiorstwa, zakupami tradycyjnymi, obowiązkami informacyjnymi przedsiębiorcy oraz reklamacjami.

DO KOGO MÓWIMY?

Konsumentów, czyli wszyscy, którzy podejmują jakiekolwiek decyzje zakupowe, w wieku od 13 lat do 100 lat. Zarówno osoby kupujące drobne rzeczy życia codziennego, jak i drogi sprzęt elektroniczny. Konsumentów robiących zakupy w małych sklepikach czy supermarketach, ale też przez internet.

CO KONSUMENT MYŚLI OBECNIE O MARCE / KATEGORII?

Wyniki badań pokazują, że konsumenci słabo znają swoje prawa. Mimo, że przepisy o niezgodności towaru z umową obowiązywały przez 10 lat, w świadomości wielu z nich funkcjonowało pojęcie rękojmi, które nie miało zastosowania, gdy kupującym była osoba fizyczna. Bardzo słabo znali też przepisy związane ze sprzedażą konsumencką. Nowa ustawa przywraca pojęcie rękojmi do relacji konsument - przedsiębiorca, jednak szczegóły różnią się od tego, co było przed laty.

Bazując na fakcie, że przed wprowadzeniem zmian świadomość konsumentów nie była wysoka, zakładamy, że jeszcze niższa jest świadomość tego, że coś się w tej materii zmieni oraz jaki będzie charakter tych modyfikacji.

CO CHCEMY, ABY MYŚLAŁ W PRZYSZŁOŚCI?

Warto znać przepisy chroniące konsumentów, gdyż służą one od momentu podejmowania decyzji o zakupie - począwszy od informacji, jakich przedsiębiorca ma udzielić klientowi, poprzez określenie sposobu i terminu odstąpienia od umowy (w przypadku zakupów na odległość) czy też warunków składania reklamacji i roszczeń, z jakimi może występować, gdy towar ma wadę. Konsument nie musi być słabszą stroną transakcji, jeśli tylko zna swoje prawa.

Zachęcamy konsumentów do aktywności w poszukiwaniu informacji na ten temat

INSIGHT	
Z badania „Znajomość praw konsumenckich oraz analiza barier utrudniających konsumentom bezpieczne i satysfakcjonujące uczestnictwo w rynku”, 2013 r. (odnosi się ono do stanu prawnego sprzed 25 grudnia 2015 r.) wynika, że: a) Deklarowany poziom wiedzy na temat praw konsumenckich nie pokrywa się z faktycznym stanem wiedzy ankietowanych, który jest niższy od deklaracji. Wyniki badań ilościowych wskazują między innymi na niski poziom znajomości prawa do odstąpienia od umowy. Zdecydowana większość badanych błędnie uważa, że podczas zakupu w tradycyjnym sklepie ma prawo do zwrotu pełnowartościowego towaru tylko dlatego, że się rozmyśliła, a sklep ma obowiązek taki zwrot przyjąć. Świadczy to o braku wiedzy konsumentów na temat różnic w ich uprawnieniach w przypadku zakupów w tradycyjnym sklepie oraz zakupów dokonywanych np. przez Internet. b) Badanym nie są obce pojęcia: gwarancja, rękojmia, reklamacja, zwrot czy odstąpienie od umowy. Jest to jednak wiedza na poziomie ogólnym, w tym znaczeniu, że konsumenci wiedzą o ich istnieniu, jednakże nie znają ich zakresu oraz, patrząc na wyniki badań, nie potrafią ich zastosować w konkretnej sytuacji.	
KOMUNIKACJA	
Główny przekaz	Konsumentom, poznaj swoje prawa i wejdź na stronę „www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl”. Chcemy zwrócić uwagę, że tylko dzięki znajomości przepisów można świadomie uczestniczyć w grze rynkowej. Konsument nie musi być słabszą stroną transakcji, jeśli tylko zna swoje prawa. Podkreślenie korzyści, jakie niesie znajomość przepisów. Przekaz nie ma porównywać nowego stanu prawnego z poprzednim. Spot ma być aktualny również za rok. Informujemy o przepisach obowiązujących od 25.12.2014. Główny przekaz skupi się na dwóch uprawnieniach konsumenta, np. 14 dni do odstąpienia od umowy w przypadku zakupów przez Internet oraz uprawnienia podczas składania reklamacji. Ponieważ mówimy do konsumentów młodych i dojrzałych proponujemy, aby spot miał 2 warianty: a) skierowany do młodych ludzi (informacja na temat terminu odstąpienia od umowy przy zakupach internetowych), b) skierowany do konsumenta dojrzałego (informacja na temat procesu reklamacyjnego, na przykładzie zakupów codziennych).
INNE	
Media/projekty	Emisja spotów w: TV, radiu, internecie, POSach, autobusach.
Budżet	184 500 PLN brutto
Mandatory	Logo UOKiK oraz adres strony internetowej www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl
Uwagi	Spot animowany, 2 warianty scenariusza w opcji dającej się przełożyć na spot audio.