

Wstępna koncepcja linii kreatywnej

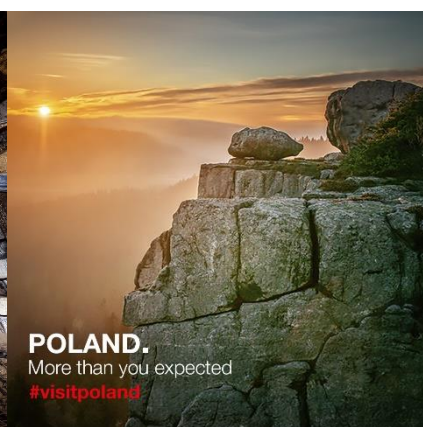
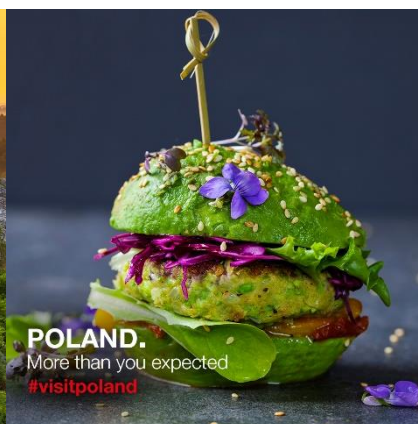
- Poland. More than you expected

Kampania ma mieć charakter wizerunkowy, zaś jej głównym zadaniem będzie zaskoczenie grupy docelowej różnorodnością i oryginalnością atrakcji w Polsce. Kampania będzie głównie bazować na pokazaniu miejsc/ofert, które większości osób z Polską mogą się nie kojarzyć, zaś ich rozmach i oryginalność przywodzi na myśl światowej sławy atrakcje (np. zamek w Mosznej, windsurfing na Helu, europejska pustynia w Słowińskim PN, alpejskie widoki w Tatrach, polska „Amazonia” w Narwiańskim PN, itp.).

Bannery reklamowe

Bannery reklamowe mogą opierać się na standardowych formatach używanych w GDN, mediach społecznościowych a także na formacie rich media (w tym expand premium).

- bannery reklamowe będą prezentować polskie miejsca, które wpisują się w koncepcję opisaną w szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia – pokazujemy piękne, ciekawe, atrakcyjne i jednocześnie nieoczywiste miejsca/rzeczy, które na pierwszy rzut oka nie kojarzą się z Polską, a które przyciągną uwagę odbiorcy. Nasz przekaz budujemy na zaskoczeniu.
- oprawa tekstowa: bannery powinny zawierać jedynie hasło przewodnie oraz hashtag #visitPoland,
- bannery zostaną stworzone w oparciu o materiały dostępne w POT lub przy braku odpowiednich grafik będą dokupione przez Wykonawcę,
- linia kreatywna będzie dostosowana do grupy docelowej oraz celów marketingowych,
- poprawność językowa dodatkowych tekstów wykorzystywanych (copy dla mediów społecznościowych, itd.) w kampanii zostanie zweryfikowana przez native speaker/ ZOPOT’y,
- w zależności od skuteczności prowadzonej kampanii Wykonawca będzie miał możliwość (w uzgodnieniu z Zamawiającym) optymalizowania kreacji oraz wprowadzania zmian zarówno w kreacji, formacie, jak i copy,



Format rich media:

Kampania ma być maksymalnie angażująca użytkownika stąd też w działaniach reklamowych oprócz standardowych bannerów można posłużyć się formatami rich media, w szczególności expand premium. Po rozwinięciu takiej reklamy użytkownik będzie mógł się zaangażować w treści, które będą odświeżać kolejno zaskakujące oblicza Polski. Jeżeli Wykonawca zaproponuje realizację tego typu reklamy to w formacie powinien zostać wykorzystany spot reklamowy, a także dodatkowe propozycje interakcji mających zaangażować odbiorcę, np.

- quiz „Jakim typem turysty jesteś? Rozwiąż quiz i zobacz co powinieneś odkryć w Polsce”
- zestawienie „TOP doświadczeń do przeżycia tylko Polsce” ubrane w atrakcyjną szatę graficzną
 - Przykłady:*
 - *Spróbuj raftingu z folklorem – spływ Dunajcem*
 - *Odkryj fragment ostatniej dzikiej puszczy Europy – Białowiecki PN*
 - *Odwiedź najśłynniejszą wieś na świecie - Zalipie*
 - *Odkryj podziemne miasto z soli – Kopalnia Soli w Wieliczce*
- lub inne zaproponowane przez Wykonawcę

POT będzie współpracował ściśle z Wykonawcą w opracowaniu wszystkich treści formatu.

Spot reklamowy:

Spot reklamowy będzie miał formę skrótu wyreżyserowanego bilndtestu. Do nagrania spotu zostaną zaproszone kolejno pary reprezentujące różne narodowości. Na ekranie będą wyświetlane kolejno zdjęcia prezentujące różne miejsca i atrakcje w Polsce, zaś zadaniem uczestników będzie powiedzieć, z którym regionem świata kojarzą im się przedstawione miejsca. Kamera powinna rejestrować to w jaki sposób aktorzy zastanawiają się nad opisaniem zdjęć, momenty wahania, ewentualne dyskusje między nimi. Na sam koniec uczestnikom zostanie wyświetlona informacja, że wszystkie prezentowane zdjęcia pokazywały polskie atrakcje, co wzbudzi u nich ich reakcję zdziwienia i zaskoczenia. Wstępny projekt scenariusza spotu stanowi załącznik do niniejszego dokumentu.