

# KONCEPCJA KAMPANII PROMOCYJNEJ W RAMACH PROJEKTU **SEGMENT**



## KAMPANIA NR 1

### SKIEROWANA DO UCZNIÓW ROZPOCZYNAJĄCYCH SZKOŁĘ PODSTAWOWĄ I ICH RODZICÓW

„**Pieszy autobus**” jest przeznaczony dla uczniów I oraz II klas szkół podstawowych. Polega on na codziennym, zorganizowanym odprowadzaniu do i przyprowadzaniu uczniów ze szkoły w nowej, interesującej i proekologicznej formie.

Kampania będzie prowadzona w wybranych 3 lub 4 szkołach podstawowych oraz bliskich okolicach szkół – osiedla mieszkalne.

Etap przygotowawczy do wdrożenia programu rozpocznie się we wrześniu br. i będzie polegał na informowaniu nauczycieli, rodziców oraz uczniów o założeniach programu oraz formalnym jego zorganizowaniu. Uczniowie wyrażający chęć do wzięcia udziału w programie opracują wraz z rodzicami i organizatorami programu optymalną pod kątem bezpieczeństwa i długości trasę Pieszego autobusu oraz wyznaczą „przystanki”, na których będą zbierali się „pasażerowie”. Każdy zorganizowany Pieszy autobus będzie obejmował 5 – 8 uczniów pod opieką rodzica - wolontariusza (zmieniającego się codziennie).

Rozpoczęcie funkcjonowania autobusu przewidziano na marzec 2012r.



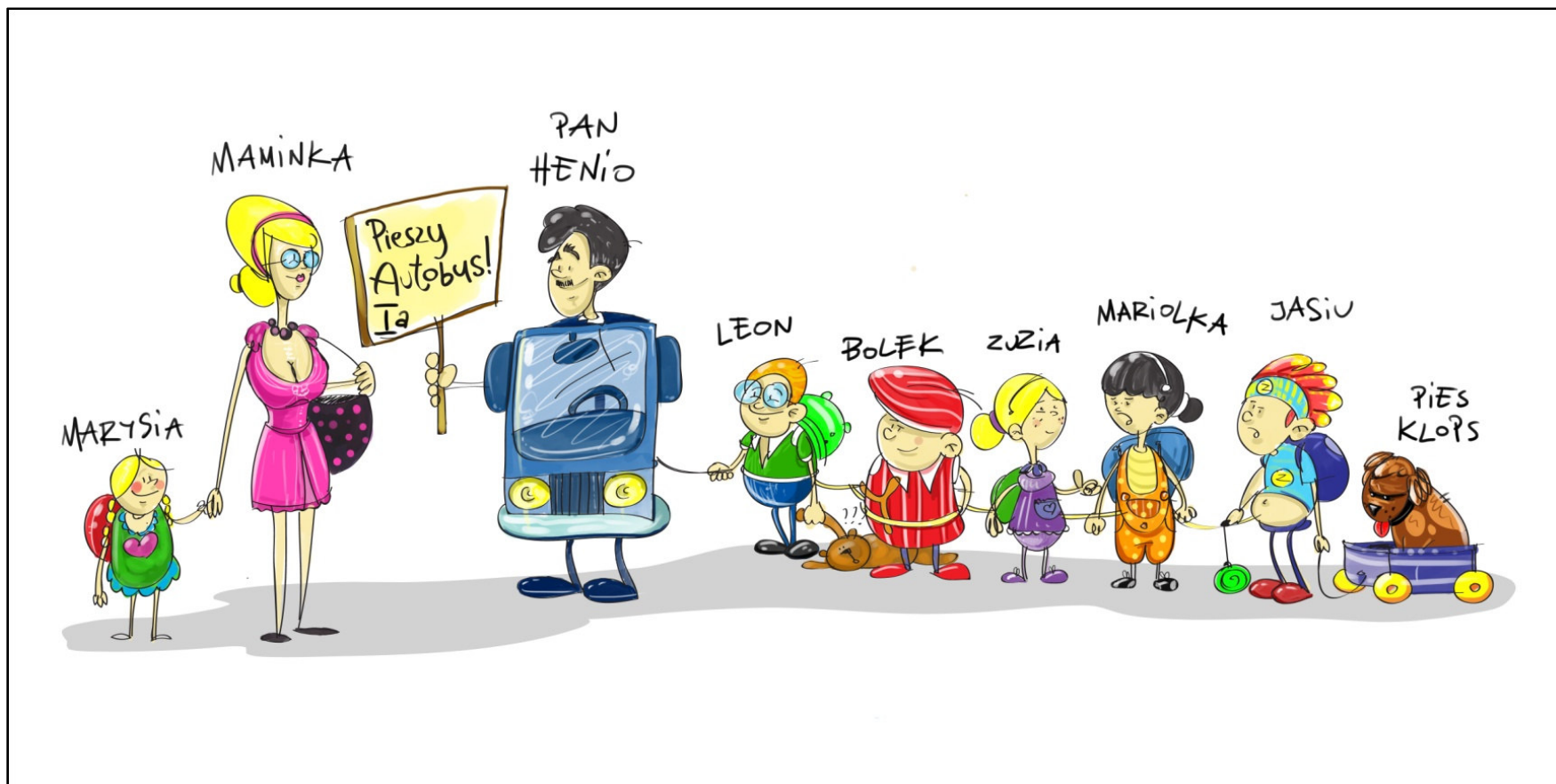
## FILM PROMOCYJNY

Ważnym elementem kampanii będzie stworzenie filmu reklamowego, który posłuży nam do promocji „pieszego autobusu” w mediach oraz podczas wykładów dla rodziców. Film będzie na tyle uniwersalny, że będzie trafiał do dzieci jak i dorosłych. Dzieci zobaczą w nim kolorowe obrazki, fajną animację, super bohaterów w ich wieku i przykłady z ich życia, a rodzice „ukryte motto” które ma ich poruszyć i zmusić do myślenia.



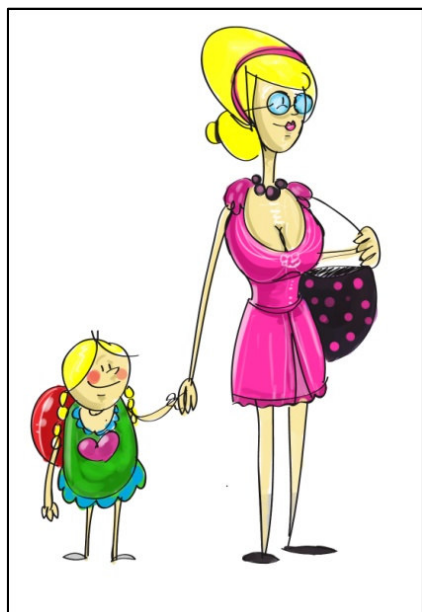
## Film nr 1 – animacja komputerowo – rysunkowa (kreskówka w nowoczesnym wydaniu)

Proponujemy jako bohaterów użyć naszą wesołą gromadkę:



Zrobimy 5 odcinków po ok. 30 sekund  
– tytuły filmów będą się zaczynać od imion naszych bohaterów:

## Odcinek 1 – Marysia



Noc, ujęcie na osiedle, bloki, gdzieś w oknach w rogu zegar, który wskazuje północ, zegar rusza i w super mega szybkim tempie wskazówka się obraca i zatrzymuje się na godzinie 07:00 (scena trwa 3 s) ujęcie budzika DRYN DRYN. Pośpiech - Marysia wyskakuje z łóżka, mama Marysi Maminka też, obie wbiegają do łazienki, myją zęby, mama szybko robi kanapkę, Marysia w pośpiechu się ubiera, zbiegają po schodach, wybiegają na ulicę mama walczy, żeby otworzyć samochód, wreszcie Marysia siada na tylnym foteliku, mama „odpala samochód” nagle wybuch, czarny dym, czarna plansza, małe i duże migające oczka, dym się powoli przeredza – wtedy następuje ujęcie z samochodu na dzieci, które wesoło spacerują w pieszym autobusie na chodniku przechodząc koło samochodu i radośnie śpiewają piosenkę. Błagalny głos Marysi „maminko czy ja mogę dzisiaj z dziećmi iść w pieszym autobusie – prooooooszę”

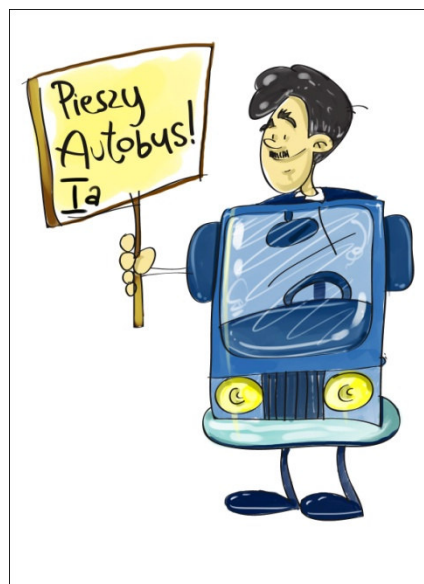
Lektor: „pieszym autobusem – bezpieczniej”

## Odcinek 2 – Rodzinka Pana Henia – taty Jasia i Mariolki

Budzik, Henio wstaje, wszystkie rzeczy przygotowane przed łóżeczkiem, tornister spakowany, na tornistrze leży drugie śniadanie, Jasio wyskakuje z łóżka chwytając łuk i strzela w tatę, który je z mamą i Mariolką (siostrą Jasia) śniadanie. Mama prosi Jasia żeby się ubrał, Jasio zakłada pióropusz, bawiąc się przegryza bułkę, rodzice już na niego czekają na przedpokoju, wychodzą z domu, Jasiu trzyma w ręku wózek do którego wskakuje jego pies Klops. Tata przed ślicznym domkiem jednorodzinny odpala samochód, ale ma z tym problem, wszyscy jakby robili to codziennie idą do tyłu pchać auto (tata pcha samochód, tatę pcha mama, mamę Mariolka, a Mariolkę pcha pies. Jasiu wsiada za kierownicę, rodzinka mozolnie pcha auto, tworzy się korek, kierowcy z tyłu trąbią, ale rodzinka nie zwraca na to uwagę i ujęcie na Jasia (kierowcę) spoglądającego na zegarek który wściekłym głosem mówi „no tak, ładnie - właśnie uciekł mi ostatni pieszy autobus, znowu się spóźnię do szkoły”

Lektor:

„Pieszy Autobus –  
możesz zaoszczędzić czas i nerwy ”



ted by  
... ELLIGENT ENERGY  
EUROPE 



segmented  
marketing for  
energy efficient  
transport



### Odcinek III – Leon

Kuchnia. Rodzina krząta się przy śniadaniu. Dziecko w okularach – typ „mózgowca”, uważnie i w skupieniu patrzy na jedzenie. Nad jego głową pojawia się dymek (słowa po angielsku - rzeczy, które dziecko ma na talerzu. Ta sama rodzina w samochodzie, jednak dymek nad dzieckiem jest mało wyraźny, na wybojach zamazują się słowa – jakby dzieciak nie mógł się skupić. Mijają na ulicy pieszy autobus. Dymki z myślami dzieci nad ich głowami są jasne ładne i klarowne dzieci mają nad głowami dymki z słowami po angielsku świata, który ich otacza. Dziecko do rodziców: Mamo, mój mózg też potrzebuje tlenu !!! Od jutra idę z dziećmi do szkoły pieszym autobusem.

Lektor: „pieszy autobus - środowisko, tlen, zdrowie.”



## Odcinek IV – Bolek

Grube dziecko, gruby ojciec gruba matka, gruby niemowlak na ramieniu. Wszyscy ubierają się, bo jest zima – szaliki, czapki, kurtki zimowe. Rodzinka staje naprzeciwko samochodu, który jest zasypany śniegiem, wszyscy stoją w bezruchu tylko ojciec próbuje go odśnieżyć, pozostali próbują zapakować się do jednego samochodu. Idzie im to mozolnie. Wreszcie siedzą całymi sobą wypełniając kubaturę samochodu. Dziecko jest ściśnięte między fotelikiem z grubym niemowlakiem po prawej stronie, a dużą torbą z lewej. Bolek przyklejony do szyby, widać tylko jego twarz, cały samochód jest zasroniony. Bolek spostrzega pieszy autobus, dzieci rzucają śnieżkami w rodzica, który autobus prowadzi, maluchom nie straszny śnieg i zima. Bolek odwraca głowę do rodziców, widok z tylniego fotela jest bardzo ograniczony, bo mama i tata zasłaniają swoją tuszą wszystko i mówi do rodziców: „Tato, mamo a może ja dzisiaj na piechotę” ?



Lektor: „pieszy autobus – może być zdrowiej.”



## Odcinek V – Zuzia

Zuzia wstaje, cisza w domu, po cichu się ubiera, idzie do kuchni, rozstawia talerzyk, wyjmuje z lodówki kanapkę, włącza wodę w czajniku, zalewa sobie herbatkę, je śniadanko, idzie obudzić rodziców, mama wstaje całuje córeczkę, a tata jeszcze chrapie. Mama idzie z Zuzią na przedpokój, przeciąga się ubiera szlafrok, Zuzia podbiega do tatusia, który już jedno oko otworzył daje mu buziaka, wraz z mamą wychodzą przed dom tam właśnie podchodzą dzieci z pieszym autobusem, Zuzia szczęśliwa wita się z wszystkimi mama jej macha, wchodzi do domu, staje przed sypialnią zrzuca szlafrok,(ujęcie tylko stóp i spadającego szlafroka) , tacie pojawia się błysk w oku i pojawia się plansza „cenzura”

Lektor: „pieszy autobus – ty sam decydujesz co zrobisz z zaoszczędzonym czasem”



## EVENTY w szkołach podstawowych

Kolejnym etapem będą **eventy**, jakie będziemy organizować w szkołach

**Zdajemy sobie sprawę, że to rodzice są kluczowym elementem w powodzeniu całego projektu „pieszy autobus” i to pod nich będziemy organizować eventy.** Najłatwiej do rodziców podejść rano, gdy doprowadzają dzieci do szkoły. Na dzieci zadziałamy kolorami, animacjami, bańkami i iluzjonistami natomiast na rodziców zadziałamy profesjonalnym wstępnym przedstawieniem projektu.

**Planujemy zorganizować dwa eventy w każdej szkole dla każdej klasy.**



## Event I – pierwsze zapoznanie się z „pieszym autobusem”

**Event nr 1 planujemy zrobić rano, kiedy rodzice odprowadzają dzieci do szkoły.**

Na holu (lub przed szkołą – w zależności od pogody) **ustawimy maszyny do baniek i puścimy miliony baniek, animator przebrany za zawiadowcę pieszego autobusu będzie bawił się z dziećmi w pociąg – czyli w pieszy autobus. Animatorki wystylizowane za postacie z naszych plakatów będą również bawiły się z dziećmi. W międzyczasie nasza wyspecjalizowana kadra będzie rozmawiała z rodzicami o tym, że jest to pierwszy etap projektu, jaki będziemy wprowadzać w szkole.** Damy rodzicom ulotki i materiały promujące projekt, a dzieciom rozdamy gadżety (np. odblaski na tornistry) 45 minut nam wystarczy, żeby rodzice po raz pierwszy na poważnie dowiedzieli się o projekcie i wypowiedzieli się na jego temat.

## Event II – spotkanie z rodzicami i zabawa dla dzieci

**Kolejnym eventem będzie już konkretne spotkanie organizacyjne** (max 2 tygodnie po pierwszym evencie). **Spotkanie to zrobimy na ostatniej godzinie lekcyjnej danej klasy. Na spotkaniu tym zorganizujemy pokaz filmów reklamowych jakie nagramy, rozdamy rodzicom wszystkie materiały jakie są wyznaczone w załączniku E Segment.** Całe spotkanie będzie się opierało na tym załączniku.

**Spotkanie poprowadzą dwie osoby przeszkolone przez naszą firmę specjalnie do tego projektu,** koordynator agencji, nauczyciel danej klasy i jak się zgodzi to dyrektorka szkoły. **Dzieci po prelekcji filmów udadzą się do świetlicy z naszymi animatorami oraz z iluzjonistą, który przeprowadzi dla nich specjalny pokaz iluzjonistyczny. Chcemy, aby drugie spotkanie było już bardzo konkretne na tym spotkaniu muszą paść konkretne deklaracje i wiążące ustalenia,** dlatego musimy podczas tego spotkania zająć dzieci zabawami, a iluzjonista w szkole dla nich to bardzo fajna i niecodzienna atrakcja. Dzieci też wiedzą gdzie kto mieszka i animator może tak poprowadzić zabawę, że dzieci same sobie już ustalą grafik na pieszy autobus.

## Organizacje pozarządowe

Prowadziliśmy już wstępne rozmowy z agencjami pozarządowymi i pomysł projektu bardzo im się podoba.

## Podsumowanie kampanii nr 1

**Przedstawimy rodzicom korzyści, jakie mogą osiągnąć podłączając się do kampanii, to na pewno z przyjemnością się przyłączą.** Przedstawimy rodzicom to, co dzięki pieszemu autobusowi mogą:

- zaoszczędzić czas
- zaoszczędzić pieniądze
- chronić środowisko
- zadbać o zdrowie (poranny spacer)
- nawiązać bliższe relacje ze swoim dzieckiem i innymi dziećmi z klasy
  - zmotywować dziecko do integracji z rówieśnikami
  - szybciej usamodzielnąć swoje pociechy
  - poprawić relacje z nauczycielami
- zintegrować się z rodzicami innych dzieci (nawet nawiązując przyjaźnie)
  - poprawić swoje samopoczucie

# Projekt koncepcyjny plakatu „pieszy autobus”





**KAMPANIA NR 2**  
**SKIEROWANA DO OSÓB ROZPOCZYNAJĄCYCH NOWĄ PRACĘ**

**Głównym hasłem przewodnim będzie slogan**  
**„NIE BĄDŹ KOREK”,**

Hasło to będziemy na kilka sposobów zmieniać i wrzucać na różne formy reklamy.  
Zaatakujemy mieszkańców Gdyni hasłami:



„nie bądź korek – zacznij jeździć rowerem”

„nie bądź korek – zacznij się ruszać”

„nie bądź korek – chroń środowisko – wystarczy zmienić przyzwyczajenia”

„nie bądź korek – spytaj się szefa czy możesz pracę wykonać w domu”

„nie bądź korek – wyłącz agresje, przesiądź się na rower”

„nie bądź korek – zacznij dbać o swoje zdrowie”

„nie bądź korek – rower, rolki, spacer – to jest teraz trendy”

„nie bądź korek – w samochodzie nie poznasz miłości swojego życia”

**„nie bądź korek – zgaś motorek”**



## Event 1 – Przejścia dla pieszych

Pierwszym eventem będzie kampania na przejściach dla pieszych w bliskiej odległości zakładów pracy które wzięły udział w badaniu.

**W porze największych korków będą pojawiać się grupy animatorów przebranych w różne stroje. Animatorzy ci będą przechodzili przez skrzyżowania na zielonym świetle w przebraniach a ostatnie osoby będą trzymały transparenty i plansze z naszymi hasłami „nie bądź korek .....” Dodatkowo dwie osoby będą podchodziły do kierowców i wręczały im ulotki lub foldery,**

## Skazenie – I tydzień akcji

**Animatorzy będą ubrani w stroje przypominające wojsko pracujące na skażonych terenach, będą mieli maski na twarzach** ich stroje będą wiarygodne. **Gdy kierowcy w korku zatrzymają się na zielonym świetle animatorzy będą przechodzić na pasach z jednego końca ulicy na drugi. Zrobimy im plansze z naszymi hasłami, które będą działały na umysły kierowców. Dwie ładne zgrabne dziewczyny w maskach na twarzach będą podchodziły do kierowców i wręczały im ulotki i materiały promocyjne namawiające ich, żeby zmienili przyzwyczajenia transportowe. Akcje będziemy prowadzić w godzinach 07:00-10:00 oraz 15:00-18:00. Będziemy obecni jednego dnia na dwóch skrzyżowaniach** – poranna zmiana na jednym, a popołudniowa na drugim. Skrzyżowania będziemy zmieniać a akcja będzie trwała 5 dni (od poniedziałku do piątku)



## Dzieci Kwiaty - II tydzień akcji

**W drugim tygodniu kampanii będziemy oddziaływać na bodźce związane z środowiskiem, miłością, ekologią, lecz w innym stylu. Ekipa animatorów będzie ubrana jak „dzieci kwiaty”, niektórzy będzie trzymali gitary ,inni transparenty i tablice z hasłami, będą się bawić na przejściu dla pieszych, skakać, śmiać się. Inni będą powoli jeździli rowerem (lub prowadzili rower). Cały czas działamy na bazie hasła „nie bądź korek – rower, rolki, spacer – to jest trendy”, „nie bądź korek – chroń środowisko - wystarczy zmienić przyzwyczajenie” „nie bądź korek – wyłącz motorek” itd. podobnie jak wcześniej dwie osoby będą wręczały ulotki o programie**

▪

## Event 2a – Rowery na ulicach

**Będziemy w bliskich odległościach od zakładów pracy ustawiać rowery  
Na rowerze umieścimy kartkę z pleksy w stylu „Tomek – manager- zacząłem jeździć do pracy rowerem, zaoszczędzam dziennie 25 zł a za te pieniądze kupie córce lody”**

Takich rodzajów tabliczek będzie kilka, chcemy aby każdy postawiony rower miał swoją historię. Po kilku dniach do naszych rowerów **dołączymy następny rower**, też zwiążemy ten rower łańcuchem i przyczepimy do drugiego roweru kolejną tabliczkę typu „ **Tomek dzięki za radę, jestem świeżym magistrem informatyki i też oszczędzam dziennie 20 zł, a za zaoszczędzoną kasę kupiłem sobie nowy komputer”** po kilku dniach znowu **dokładamy trzeci rower i też przyczepiamy tabliczkę „chłopaki dzięki za poradę – faktycznie zaczęłam oszczędzać pieniądze, a co najważniejsze jeżdżąc rowerem do pracy zaczęłam lepiej się czuć i mieć lepszy humor –**  
**dzięki , )”**





## Event 2b –drzewa

**Event ten jest bardzo podobny w działaniu do eventu nr 2, lecz zamiast rowerów wyprodukuje sztuczne drzewa z pleksy.**

**Drzewo będzie miało ok. 2 metrów wysokości , będzie realistyczne, na drzewie będą umieszczone wizualizacje ptaszków i wiewiórek. Zwierzęta te będą tak jak w komiksach wypowiadały hasła „nie bądź korek – zacznij jeździć rowerem i pozwól nam żyć”, „nie bądź korek – chroń środowisko – wystarczy zmienić przyzwyczajenia”**

# Projekt koncepcyjny plakatu „nie bądź korek”



## KAMPANIA NR 3

### SKIEROWANA DO RODZICÓW NOWORODKÓW PODRÓŻUJĄCYCH Z NIMI DO OŚRODKÓW ZDROWIA

Nasz Agencja proponuje tą kampanię zrobić w bardzo delikatny, klasyczny, spokojny sposób. Nie będziemy proponować tu agresywnych form przekazu tak, jak przy wcześniej proponowanych kampaniach. Matki z noworodkami to bardzo specyficzna grupa docelowa i postanowiliśmy się skoncentrować nad nowoczesnymi materiałami POS.

W przychodniach i szpitalach wywiesimy plakaty informujące o akcji. Do szpitali i Przychodni będziemy też systematycznie dostarczać specjalnie przygotowany poradnik. Ten poradnik, to **główna forma promocji kampanii**. Poradnik ten nie będzie kolejną ulotką jakich tysiące można spotkać w tych miejscach, ale będzie nowoczesnym czasopismem „nowoczesna matka”, gdzie będzie można znaleźć:



- artykuły o projekcie segment (będzie to stworzony przez nas tekst pokazujący, jak działa projekt segment, jak przebiegały akcje marketingowe, które do tej pory się odbyły, będą tam ciekawe zdjęcia, listy od czytelników itd.)
  - porady jak dbać o zdrowie swojego dziecka
  - „abc nowoczesnej matki” czyli dziesięć podstawowych zasad i porad
- informacje oraz daty szczepionek, jakie musi obowiązkowo przechodzić dziecko do 12 roku życia
- informacje o możliwościach (wadach i zaletach) szczepionek dodatkowych
  - przepisy na proste ciasto
  - przepisy na prosty, ale smaczny obiad
  - rubrykę humorystyczną
- Nie zapomnimy też w tym czasopiśmie o starszych dzieciach**, dlatego chcemy tam umieścić z łatwością odrywane (nacinane łącze) kartki z:
  - kolorowankami , zagadkami, logicznymi grami oraz rebusami
  - tabliczką mnożenia
  - naklejkami (odważny pacjent)
- komiksem z historyjką „pieszy autobus” – będzie to jeden z odcinków jaki przedstawiliśmy w pierwszej kampanii

**Reasumując – materiały te będziemy dystrybuować w szpitalach i przychodniach raz w miesiącu.** Pismo to ma łączyć wiedzę dla matki i zabawę dla dziecka. Matka czekając w kolejce ma sobie poczytać ciekawy artykuł i porady, a starsze dziecko ma oderwać z łatwością kartkę przeznaczona dla niego i przy stoliku sobie rysować i rozwiązywać zadania. **Pismo to matka ma ze sobą zabrać do domu i wykorzystać np. plan szczepień lub fajne porady kulinarne.**

**Dziękujemy za uwagę ;-)**



**www.promotion-pl.com**

