



Brief kreatywny. "Jesień w Galerii Emka"

Zadaniem uczestników konkursu jest opracowanie spójnej pod względem treści i formy kampanii reklamowej promującej jesienne zakupy i spędzanie czasu w Galerii Emka.

Cele kampanii:

Tworzenie wizerunku Galerii Emka jako atrakcyjnego miejsca zakupów oraz spędzania czasu. Adresat przekazu ma zacząć postrzegać Galerię, jako miejsce, w którym w Koszalinie można nie tylko komfortowo zrobić zakupy ale także miło spędzić czas, spotkać się ze znajomymi, zjeść smaczny i tani posiłek, obejrzeć wystawę lub spektakl teatralny lub po prostu posiedzieć na kanapach, pogadać i poczytać książki. Zwracamy uwagę na pozytywną, intymną atmosferę obiektu. Nawiązujemy tematycznie do jesieni.

Adresat przekazu/grupa docelowa:

Klienci galerii Emka. Uczestnik konkursu może sam określić, czy tworzy komunikat ogólny, czy też będzie kierował swoją kreacją do konkretnej grupy docelowej (np. młodzież, kobiety w wieku dojrzałym itp.). W opisie projektu Uczestnik ma uzasadnić swój wybór grupy oraz wybór i dostosowanie środków przekazu (slogan, grafika) do wybranej przez siebie grupy.

Środki przekazu:

Reklama statyczna (plakat, billboard, prasa, kreacja FB, Insta, www).

Autorski slogan reklamowy + przekaz graficzny

Logo Galerii Emka na każdej z kreacji (do pobrania ze strony www.emka.pl)

„Jesień w Galerii Emka” to tylko tytuł konkursu. Slogan ten nie będzie częścią kreacji reklamowej.

Formaty:

1. Billboard: 600x300 cm
2. Billboard: 504x328 cm
3. Backlight: 120x180 cm
4. Plakat A3: 297x420 cm
5. Kreacja www: 942x395 px
6. Kreacja www: 600x400 px
7. Baner www: 800x220 px
8. Facebook Cover 825x315 px
9. Facebook Post 1200x900 px
10. Facebook Post 1200x1200 px
11. Facebook Post 640x960 px
12. Facebook profilowe 300x300 px
13. Reklama prasowa 49,5x74 mm

14. Reklama prasowa 265x340 mm

Forma prezentacji prac konkursowych:

Uczestnicy konkursu składają prace w formie drukowanej (portfolio w formacie A4 lub A3) oraz elektronicznej (portfolio jako plik PDF). Portfolio ma zawierać wszystkie wymienione poniżej elementy:

1. Wypełniony Formularz Konkursowy (do pobrania na stronie www.emka.pl)
2. Wstęp, w którym Uczestnik opisuje podstawowe założenia opracowanej przez siebie kampanii:
 - Do jakiej grupy jest skierowana?
 - Co odbiorca myśli obecnie o Galerii?
 - Co odbiorca ma myśleć o Galerii po kontakcie z kreacją reklamową?
 - Uzasadnienie wyboru środków przekazu (slogan, grafika) i ich dopasowania do wybranego komunikatu i grupy docelowej. Opis procesu myślowego u podstaw wyboru przekazu, inspiracje.
- Prezentację wszystkich wymienionych formatów prac. Każdy z formatów powinien być podpisany na dole pod kreacją (np. *Reklama prasowa 49,5x74 mm*)