



Strategia Komunikacji Marketingowej

**POŚMAKUJ
EMOJI**

**INSTYTUCJA KULTURY Z TRADYCJAMI
W ATRAKCYJNYM OPAKOWANIU.
JAK TO ZROBIĆ...?**

REKOMENDACJA STRATEGICZNA

Kampania ma przekonać mieszkańców Susza i regionu, że mamy do czynienia z wysoką jakością produktu kulturalnego. SOK oferuje odmienny od codziennego poziom i rodzaj kultury, ale kultura ta pozostaje dostępna, aspiracyjna, angażująca i zapraszająca do udziału ludzi wrażliwych, poszukujących nowych wrażeń i emocji:

- wysoka jakość oferty
- doświadczony zespół
- wysokiej klasy cykliczne i jednorazowe imprezy
- nowoczesna, a zarazem przystosowana do różnych potrzeb siedziba SOK
- satysfakcja płynąca z obcowania z innym rodzajem emocji niż kultura komercyjna
- uznane i profesjonalnie prowadzone, kulturalne i artystyczne zajęcia tematyczne

SOK w oczach odbiorców ma kojarzyć się z tradycyjną jakością sztuki wysokiej, ale podanej w przystępny i budzący pozytywne odczucia sposób. Marka SOK ma asocjować z wynikającym ze skrótu dobrym smakiem oraz być spójne z naturalnym kontekstem miasta i regionu.

Cele nowej komunikacji marki

1. Zwiększenie zainteresowania ofertą SOK, wzrost frekwencji w organizowanych animacjach, aktywacjach i wydarzeniach.
2. Wzmocnienie świadomości istnienia i oferty teatru wśród mieszkańców Susza i okolic.
3. Prezentacja oferty / repertuaru i wyjątkowości miejsca (atmosfera, twórcze napięcie).
4. Podkreślanie w komunikacji ambitnego, indywidualnego podejścia do potrzeb i oczekiwań odbiorcy oferty kulturalnej; wyjście naprzeciw jego wymaganiom oraz zapewnienie mu gamy nietuzinkowych przeżyć i emocji.
5. Łączenie szacunku do tradycji z rozwojem najnowszych form kreacji artystycznej, gwarantującymi zaskoczenie, konfrontację wyobrażeń widza o kulturze z jej współczesnymi adaptacjami, wysoką jakością oferty, oprawy, ilości udziału w organizowanych przedsięwzięciach z niepowtarzalną atmosferą.
6. Wyróżnienie na tle konkurencyjnej oferty komercyjnej (TV, Internet) poprzez wykreowanie świata dobrych emocji, rodzinnej rozrywki, relaksu duszy i ucztę duchowej.
7. Rywalizujemy o pozycję niekwestionowanego lidera kultury w wymiarze lokalnym oraz prężnego i dostrzegalnego ośrodka w wymiarze regionalnym a nawet ogólnopolskim.

IDEA PRZEWODNIA

Potrzeba

Jesteś zagubiony w gąszczu ofert kulturalnych? Cenisz swój styl i podejście do życia z poszanowaniem tradycji i pogłębionego spojrzenia na rzeczywistość? Chcesz zasmakować nowych emocji, ale jednocześnie nie stracić pewności, że obcuje z tym, co uznane i sprawdzone?

Obietnica

U nas najważniejsza jest satysfakcja odbiorcy i poczucie przynależności do społeczności ludzi, którym bliska jest wrażliwość i chęć przeżycia czegoś wyjątkowego. Kontakt z naszą ofertą da Ci poczucie wyjątkowości i możliwość uczestniczenia w niebanalnej uczcie kulturalnej.

Korzyść

Kultura, jaką pamiętasz z czasów młodości, lektur szkolnych, być może nie jest wspomnieniem motywującym do udziału w naszych wydarzeniach. Jednak dziś, korzystając z oferty SOK, możesz mieć pewność, że będziesz zaskoczony i zadowolony. Odkryjesz na nowo stereotypowo utarty smak kulturalnej oferty.

Otrzymasz najwyższą jakość i dawkę niezapomnianych emocji. Tworzymy dla Ciebie apetyczny świat przeżyć i bodźców, jakich nie znajdziesz gdzie indziej!

JESTEŚMY WYJĄTKOWI

Wyróżnienie marki

W komunikacji wykorzystajmy wdzięczny skrót SOK w wymiarze słownym i skojarzeniowym. Dodając do tego odważne i profesjonalne kreacje reklamowe, zacznijmy stosować zasady nowoczesnego marketingu.

W komunikacji instytucji kultury wciąż rzadkością są wyraziste przekazy emocjonalne. A przecież również ofertę kulturalną należy traktować jako produkt, który odbiorca kupuje oczami, emocjami a często też chwilowym impulsem!

HASŁO I KOMUNIKACJA

Komunikacja bazuje na podkreśleniu zmysłu smaku związanego z symboliką skrótu SOK. Przekaz ma zaintrygować i delikatnie sprowokować odbiorcę, aby sięgnął po ofertę i skorzystał z niej w pojedynkę, z rodziną, partnerem czy z przyjaciółmi.

HASŁO GŁÓWNE DLA SOK W FORMIE CTA (CALL TO ACTION) - PROPOZYCJA 1

**„SUSKI OŚRODEK KULTURY
POSMAKUJ EMOCJI”**

HASŁO GŁÓWNE DLA SOK W FORMIE EMOCJONALNO-OPISOWEJ - PROPOZYCJA 2

**„SUSKI OŚRODEK KULTURY
POCZUJ SMAK EMOCJI”**

HASŁO GŁÓWNE DLA SOK W FORMIE EMOCJONALNO-OPISOWEJ - PROPOZYCJA 3

**„SOK
KULTURA ORZEŻWIA”** (jak kiedyś cukier krzepił)

PROMOCJA WIZERUNKOWA

W komunikacji wizerunkowej bazujemy na finezyjnej zaczepności, podanej z humorem i przymruczeniem oka. Prowokujemy odbiorcę do refleksji, która ma zachęcić go do oferty SOK. Proponujemy zaprzęgnięcie do komunikacji reklamowej wszystkiego, co symbolicznie kojarzy się z sokami: zdrowiem, witalnością, korzyściami dla ciała i ducha.

Optymalnie byłoby wykorzystać grę słowną w każdym przypadku promocji zarówno mniejszych pojedynczych wydarzeń, jak i tych o większej randze i cyklicznych. A zatem poniższe propozycje są robocze i do dopracowania w przypadku zaakceptowania założeń strategicznych.

KAMPAANIA TEASEROWA

Powyższe hasło z powodzeniem można wykorzystać w kampanii teaserowej, odkrywając ją uzupełnieniem o aktualną ofertę.

WYDARZENIA FESTIWALOWE – BRANDING

BLENDER KULTURALNY

Na Festiwalu Suskiego Piękna zaprezentujemy twórczość lokalnych artystów!

KULTURALNA DIETA ODPREŻAJĄCA

Na Festiwalu „Jezioro-Leżak-Plaża” co tydzień serwujemy soczystą dawkę dobrych emocji!

ŁYK EKOLOGII ZE SZCZYPTĄ MUZYKI

Na Festiwalu Muzyki EkoElektronicznej odpalimy naturalne źródła wiedzy o ekologii i zaserwujemy energetyczną dawkę muzycznego orzeźwienia z udziałem cenionych DJ-ów!

PLANSZOWA SOKOWIRÓWKA

Festiwal „Z planszą czy na planszy” to prawdziwa uczta dla pasjonatów comiconów a do tego energetyzujący Finał Mistrzostw Polski w planszówkach!

NATURALNE ŹRÓDŁO KULTURY

Na Festiwalu Kapel Ludowych umiejętnie miksujemy dawne przepisy na radość z dzisiejszymi trendami karmienia zmysłów!

WYDARZENIA POZAFESTIWALOWE – BRANDING

Z KINA WYCISKAMY 100%

Nie przegap tego: Suski Tydzień Filmowy to prawdziwy cymes nie tylko dla koneserów dobrych produkcji!

MUZYKA WZMACNIA ODPORNOŚĆ

W dorocznym Przeglądzie Piosenki O „Kryształową Różę” i „Złotą Czaszkę” tradycyjnie posmakujemy przyjemności odkrywania prawdziwych talentów!

CYKLE STAŁE – BRANDING

ZDROWO KONCERTOWO

Zapraszamy na orzeźwiający cykl wybornych wydarzeń muzycznych, które poprawią Waszą odporność na nudę!

WYCISKARKA PIĘKNA

Czy sztuka musi denerwować czy raczej powinna zachwycać? Przekonajcie się sami, jak smakują różne odmiany twórczości artystów z naszego regionu, z Polski i ze świata!

FILMOWY KOKTAJL

W naszym cyklu kinowym dobieramy najlepsze składniki i serwujemy optymalne dawki tego, co w polskiej i światowej kinematografii najlepsze!

TANECZNA UCZTA MISTRZÓW

Mistrzostwa Polski w Tańcu Towarzyskim – gwarantujemy miks emocji i piękna na najwyższym poziomie!

TRADYCJA NA ZDROWIE!

Nasz doroczny Jarmark Bożonarodzeniowy to najlepszy przepis na świąteczną atmosferę: rękodzieło artystyczne, cuda i smakołyki z różnych zakątków świata, tradycyjna polska żywność i świąteczne artefakty czekają!

IDEA KREATYWNA

W warstwie wizualnej inspirujemy się ciekawymi rozwiązaniami formalnymi charakterystycznymi dla plakatów promujących wydarzenia kulturalne. Natomiast „stemplujemy” każdą z kreacji widocznym hasłem głównym SOK.

To będzie sprzyjać konsekwentnemu budowaniu wizerunku SOK jako instytucji otwartej na odbiorcę, budującej swą wiarygodność i zwiększającą siłę przekazu w odwołaniu do naturalnych i modnych dziś skojarzeń ze zdrowym stylem i trybem życia.

Użycie proponowanego wyżej hasła jest zabiegiem, który:

- stworzy spójną komunikację reklamowo-informacyjną
- wzbudzi zainteresowanie odbiorców
- sprawdzi się w każdym rodzaju komunikacji:
 - kampania teaserowa
 - tradycyjna reklama (TV, radio, prasa, online, outdoor)
 - kanały społecznościowe
 - kampanie viralowe
 - komunikacja sprzedaży

EGZEKUCJE GRAFICZNE

Wizualki

Kreacje przedstawiające SOK muszą być intrygujące. Służy temu połączenie nowoczesnego designu z tradycyjnym przekazem instytucji kultury. Na oko mezalians, ale profesjonalnie podany miks nie pozostawi nikogo obojętnym. Oferta SOK jest wysokiej jakości i to musi być widać, słyszać i czuć.

Internet i social media

Przedstawione propozycje możemy rozwinąć twórczo w komunikacji w social mediach. Wykorzystanie żartobliwych gier słownych wzbudzi refleksję odbiorcy i zwróci uwagę na ofertę SOK. A stąd jest już tylko krok do sięgnięcia po ofertę, chęć uczestniczenia w wydarzeniach i inicjatywach kulturalnych.

REKOMENDOWANE KANAŁY KOMUNIKACJI

- Relaunchowa kampania wizerunkowa lokalnie:
- tv lokalna (o ile istnieje)
- prasa
- radio
- on-line
- outdoor

- Kampanie sprzedażowe (początek sezonu, kolejne premiery):
- tv lokalna (o ile istnieje)
- prasa
- radio
- on-line
- outdoor

- Realizacja kampanii i aktywności TTL:
- on-line (viral, video)
- event / ambient

Szczegółowy mediaplan reklamowy i założenia każdej oddalony kampanii promocyjnej SOK lub osobnego wydarzenia realizowanego pod auspicjami SOK do opracowania odrębnie.

Z KINA
WYCISKAMY

100%



20 — 24.09.2020

SOK Suski Ośrodek Kultury



Z KINA
WYCISKAMY

100%

20 — 24.09.2020

SOK Suski Ośrodek Kultury

BLENDER
KULTURALNY

24.09.2020



SOK Suski Ośrodek Kultury

SMOOTHY
JAZZ

20 — 24.09.2020



>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

SOK Suski Ośrodek Kultury

ŁYK EKOLOGII
ZE SZCZYPTĄ
MUZYKI

20 — 24.09.2020



SOK Suski Ośrodek Kultury

20 — 24.09.2020

KULTURA



>Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor incididunt
ut labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam,
quis nostrud exercitation
ullamco laboris nisi ut aliquip
ex ea commodo consequat.

Suski
Ośrodek
Kultury

Nie przegap tego!

Suski
Tydzień
Filmowy

20 — 24.09.2020

to prawdziwy cymes
nie tylko dla koneserów
dobrych produkcji!



>Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor incididunt
ut labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam,
quis nostrud exercitation
ullamco laboris nisi ut aliquip
ex ea commodo consequat.

SOK Suski Ośrodek Kultury

Z KINA
WYCISKAMY
100%

Z KINA
WYCISKAMY
100%



SOK Suski Ośrodek Kultury

BLENDER
KULTURALNY

20 — 24.09.2020



>Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor incididunt
ut labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam,
quis nostrud exercitation
ullamco laboris nisi ut aliquip
ex ea commodo consequat.

SOK Suski Ośrodek Kultury

Z KINA WYCISKAMY 100%
20 — 24.09.2020

SMOOTHY JAZZ
20 — 24.09.2020

ŁYK EKOLOGII ZE SZCZYPTĄ MUZYKI
20 — 24.09.2020

KULTURA

BIENDER KULTURALNY
20 — 24.09.2020

Z KINA WYCISKAMY 100%
20 — 24.09.2020

Z KINA WYCISKAMY 100%
20 — 24.09.2020

BIENDER KULTURALNY
20 — 24.09.2020

40K

