

WYTYCZNE DO PRZYGOTOWANIA KONCEPCJI

Promocja Energa Ladies' Jazz Festival

Energa jest Sponsorem Głównym prestiżowego festiwalu Energa Ladies' Jazz Festival – jedynego w Europie i jednego z nielicznych na świecie festiwali dedykowanych wyłącznie kobietom jazzu. Podczas wydarzenia, na terenie festiwalu, Energa posiada własną strefę, którą również należy wypromować.

Celem Energi jest wykorzystanie tego sponsoringu do:

- budowania wizerunku marki nowoczesnej, wspierającej kulturę, różnorodność (Diversity & Inclusion) oraz kobiecą przedsiębiorczość i talent (#EnergiaKobiet).
- zwiększenia zaangażowania w kanałach social media poprzez unikalny, zakulisowy i emocjonujący content, a nie tylko ekspozycję logo.
- dotarcia do nowej, wielkomiejskiej grupy docelowej (klasa średnia i wyższa, obecni i potencjalni klienci Energi, osoby ceniące kulturę).

Zakres zadania:

Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania prezentacji (maksymalnie 15 slajdów), która odpowie na poniższe wytyczne:

Koncepcja kreatywna

1. Przygotowanie koncepcji i zaproponowanie hasła przewodniego kampanii w social mediach, które naturalnie połączy wartości najnowszej kampanii wizerunkowej Energi - „Energa włącza” - z duchem Ladies' Jazz Festival.
2. Określenie 3 głównych linii tematycznych (filarów contentu), które będą realizowane w trakcie trwania umowy sponsoringowej (przed festiwalem, w trakcie jego trwania oraz po zakończeniu).

Przykładowe formaty

1. Przygotowanie propozycji posta (tekst + koncepcja graficzna) o charakterze biznesowym/wizerunkowym na Instagrama, pokazującego sens wspierania akurat tego festiwalu (uwzględniając kontekst wspierania kobiet w sztuce/sporcie).
2. Przygotowanie propozycji posta tzw. karuzeli do 10 slajdów promującego wydarzenie.
3. Przygotowanie scenariusza na krótką formę wideo (rolka/reels), która w lekki i angażujący sposób przedstawi emocje związane ze sponsorowanym wydarzeniem.

Aktywizacja społeczności

1. Zaproponowanie mechanizmu aktywizującego społeczność, który realnie zaangażuje odbiorców i nie będzie opierał się na formule „rozdawnictwa”.

Współpraca z Influencerami i Artystkami

1. Wskazanie sylwetki/sylwetek twórców internetowych (np. mikro-influencerów z obszaru kultury, lifestyle) lub propozycja aktywności z jedną z gwiazd festiwalu, która mogłaby wejść w interakcję z marką Energa na Instagramie.

Plan promocji płatnej

Krótkie wskazanie grup docelowych, do których należy skierować płatną promocję postów sponsoringowych, aby dotrzeć poza obecną grupę obserwujących.

Mierzenie sukcesu (estymacja wyników)

Wskazanie konkretnych wskaźników (np. prognozowany zasięg, liczba unikalnych wyświetleń wideo), które agencja uznaje za realne do osiągnięcia przy założeniu standardowego budżetu promocyjnego.