



4-5h



10-60 osób

indoor
+ outdoor

PL / ENG

Będziecie nakręceni

Pamiętacie film „Truman show”? Jest tam scena, w której żona Trumana wraca z pracy i prezentuje małżonkowi nowy nóż kuchenny, recytując jego pełną nazwę oraz zachwycając się jego jakością. Rzec by można - „Product placement w czystej postaci” - wszak autorzy filmu jawnie szydzą z niewybrednych technik reklamodawców. My nie będziemy rozpaczać nad upadkiem etyki w mediach, ale z przymrużeniem oka przyglądnijemy się zjawisku „product placementu”. Co powiecie na wcielenie się w specjalistów od reklamy?

Gra dla:

- zespołów pragnących sprawdzić siłę swej kreatywności
- pracowników działów marketingu i sprzedaży
- wszystkich, którzy są zainteresowani wpływem przyjętej strategii na wynik
- nałogowych oglądaczy filmów i telewizji
- grup, które chcą zintegrować się w oryginalny sposób

Wyzwanie:

Będziecie realizatorami 1-dniowej ramówki telewizyjnej dla jednej z wiodących stacji TV. Ten dzień jest dniem szczególnym – wszystkie programy są sponsorowane przez 4 kluczowych producentów z branży chemicznej, spożywczej, RTV oraz AGD. Dzień sponsorów ma być najbardziej dochodowym dniem emisyjnym dla TV. Należy więc skrupulatnie wypełnić wymagania zleceńodawców co do przekazywanych treści. Oglądalność będzie zależała od tego, jakie programy z listy wybierze. By zrównoważyć ilość wyzwań intelektualnych i fizycznych, wylosujecie także kategorię efektów specjalnych oraz kaskaderskich. Czujecie ten dreszczyk emocji...?

Logistyka:

- event może przybrać zarówno formę outdoorową jak i indoorową - istotne jest zapewnienie wszystkim grupom odizolowanego miejsca do pracy
- możliwe jest wynajęcie profesjonalnej ekipy scenarzystów i montażystów; w innej wersji uczestnicy filmują się samodzielnie

Korzyści:

- kształtowanie umiejętności pracy zespołowej
- ćwiczenie sprawnej komunikacji
- możliwość zdjęcia zawodowych masek, otwarcie się na nowe możliwości
- odkrycie oraz doskonalenie swoich talentów
- scementowanie grupy
- doskonalenie kreatywności

Rozszerzenia/Warianty:

- dopełnieniem zabawy może być quiz tematyczny dotyczący wybranej marki (marki klienta) w formie reality show
- event może zamienić się w branding wybranej marki - wtedy zadanie uczestników będzie polegało na promowaniu konkretnej firmy/produktu/usługi
- event może stanowić formę szkolenia z kreatywności, uzupełnionego wstawkami merytorycznymi
- event może być połączony z uroczystą galą, rozdaniem nagród i mową motywacyjną

Gra oczami uczestników:

„Doświadczenie, które bardzo otwiera, zwłaszcza, że stanięcie przed kamerą zawsze było dla mnie wyzwaniem”.

„Śmiałyśmy się sami z siebie i z mechanizmów, które żądają reklamą. To najmocniejsza strona programu Dzień Sponsora”.

Daj im jakość. To najlepszy rodzaj reklamy.

Milton Hershey

