



it makes
sense



1-3 h



6-40 osób



outdoor



PL / ENG

Zmysły Cię nie zawiodą!

Szał na rynku turystycznym! Najczęściej wybierana destynacja? Niespodzianka: Kraków, stosunkowo małe miasto w południowej Polsce, wyprzedza Paryż, Londyn, czy Amsterdam. Co się stało? Skąd nagła niezwykle moda na gród nad Wisłą? Zapytaliśmy Elisabeth, turystkę z Edynburga, która właśnie wróciła z weekendowego wypadu do Krakowa, o jej wrażenia: „Wow, jestem całkowicie zauroczona. To miasto robi coś dziwnego z Twoimi zmysłami, totalny odlot!”. Enigmatyczną odpowiedź Elisabeth potwierdzają inni podróżni, których spotkaliśmy na lotnisku we Frankfurcie. Wszyscy powtarzają jedno i to samo: Kraków wyostrza zmysły, jego aura sprawia, że doświadczamy więcej. Czy ma to sens? Będziemy wracać do tego tematu w kolejnych wiadomościach...

Gra dla:

- grup odwiedzających Kraków, pragnących poznać miasto od zupełnie innej strony
- grup, które ze względu na program pobytu nie mogą poświęcić dużo czasu na zwiedzanie miasta, a chcą mimo to poznać najważniejsze zabytki i tradycje Krakowa
- osób na dłużej przyjeżdżających do Krakowa (np. na kontrakty), jako wprowadzenie do lokalnych tradycji i zwyczajów
- grup bardzo zróżnicowanych (wiekowo, kulturowo, zawodowo), bądź też jeszcze się nie znających – jako świetne wprowadzenie do współpracy, czy zawiązania bliższych relacji
- odważnych, ceniących dobrą zabawę, kreatywnych, otwartych i ... zmysłowych!

Logistyka:

- część zadań odbywa się na świeżym powietrzu, część zaś w lokalach po drodze.
- standardowo gra wiąże się z pokonaniem pieszo w ciągu 3 godzin trasy około 3 km.
- w zależności od pory roku i dnia, długość trasy, poszczególne zadania a także proporcje zadań outdoorowych i indoorowych mogą ulec zmianie zgodnie z sugestiami klienta oraz prognoza mi pogody.
- każda grupa porusza się z polskim opiekunem, co zmniejsza ryzyko zgubienia się na trasie, a przy tym daje dodatkową szansę dopytania o interesujące szczegóły dotyczące miasta.

Rozszerzenia, warianty:

W zależności od potrzeb klienta, możliwe jest:

- wydłużenie czasu gry
- wprowadzenie dodatkowych zadań i lokalizacji
- elastyczność w doborze grup
- możliwe wprowadzenie do fabuły treści, na których zależy klientowi
- połączenie gry ze zwiedzaniem – za dopłatą każdej grupie może towarzyszyć przewodnik po Krakowie, który w rozbudowanej formie opowie o mijanych zabytkach
- grę może wieńczyć uroczysty obiad lub kolacja w jednej z najbardziej znanych tradycyjnych krakowskich restauracji.

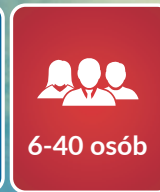
Korzyści:

- poznanie Krakowa poprzez szereg niezwykle, nietuzinkowych, zwariowanych doświadczeń
- wciągająca fabuła, brawurowe aranżacje niezwykle sytuacji, które dzieją się niby przypadkiem;
- trasa koncentrująca w pigułce najważniejsze zabytki i lokalne tradycje Krakowa
- szansa na integrację grupy, zawiązanie nowych znajomości, dowiedzenia się czegoś nowego o swoich współtowarzyszach
- ogromna różnorodność zadań, pozwalająca na indywidualną selekcję – uczestnicy włączają się w to, co ich interesuje, na co mają otwartość i chęć. Zero przymusu, maksimum fun'u!)
- krótki czas trwania gry i elastyczność dostosowania jej programu do specyficznych potrzeb grup.

„Winniśmy trzymać się świata zmysłów, a nie świata papierowego.”

Galileusz





Zmysły Cię nie zawiodą!

Szał na rynku turystycznym! Najczęściej wybierana destynacja? Niespodzianka: Kraków, stosunkowo małe miasto w południowej Polsce, wyprzedza Paryż, Londyn, czy Amsterdam. Co się stało? Skąd nagła niezwykła moda na gród nad Wisłą? Zapytaliśmy Elisabeth, turystkę z Edynburga, która właśnie wróciła z weekendowego wypadu do Krakowa, o jej wrażenia: „Wow, jestem całkowicie zauroczona. To miasto robi coś dziwnego z Twoimi zmysłami, totalny odlot!”. Enigmatyczną odpowiedź Elisabeth potwierdzają inni podróżni, których spotkaliśmy na lotnisku we Frankfurcie. Wszyscy powtarzają jedno i to samo: Kraków wyostrza zmysły, jego aura sprawia, że doświadczamy więcej. Czy ma to sens? Będziemy wracać do tego tematu w kolejnych wiadomościach...

Wyzwanie:

Uczestnicy zostają podzieleni na kilkusobowe zespoły reprezentujące największe światowe agencje prasowe. Ich zadaniem jest zebrać materiał na temat legendarnego cudownego funkcjonowania zmysłów w Krakowie, a także wypracować tezę, co do przyczyny tego zjawiska, która ma zostać zaprezentowana na zwołanej specjalnie nadzwyczajnej konferencji prasowej. W związku z tym, zespoły przemierzają centrum Krakowa, wykonując zadania wymagające użycia zmysłów: wachają, patrzą, dotykają, smakują i słuchają, jednocześnie prowadząc baczne auto-observacje. Za swój trud zdobywają nagrody, które przybliżą ich do rozwiązania zagadki. Podczas finałowej konferencji prasowej, każdy zespół dostanie na chwilę dostęp do mikrofonu, a wtedy stanie się jasne, że cała ta historia ma swój ukryty sens!

Fundament:

- edutainment, czyli poznawanie poprzez doświadczanie
- action learning
- podstawowe zasady skutecznej komunikacji, zespołowego działania i podejmowania decyzji.

Gra oczami uczestników:

„Dzięki grze poznałem Kraków z zupełnie innej perspektywy”

„Ja i moi współpracownicy odkryliśmy nowy potencjał w sobie i tym mieście!”

„Winniśmy trzymać się świata zmysłów, a nie świata papierowego.”

Galileusz

