



Imię i Nazwisko prelegenta/ów: Jacek Debis

Tytuł wystąpienia

Event Marketing – wydarzenia promujące miejsca

Narodziny wydarzenia cz.1



Geneza
powstawania
pomysłów na
eventy jest
bardzo różna.

...przypadek,
traf

Inspiracje ze
świata

Inspiracje z
historii



Narodziny wydarzenia cz. 2

Geneza
powstawania
pomysłów na
eventy jest
bardzo różna.

Geniusz,
wizjonerstwo
autora

Trendy, moda,
postęp społeczny

poszukiwanie nisz w
popularnych
obszarach kultury,
sportu



Geneza
powstawania
pomysłów na
eventy jest
bardzo różna.

Zdolność wywoływania
pozytywnych emocje –
interakcji z otoczeniem

Szukanie
wspólnych
wyróżników,

„Okazje
rynkowe”, wpływ
otoczenia



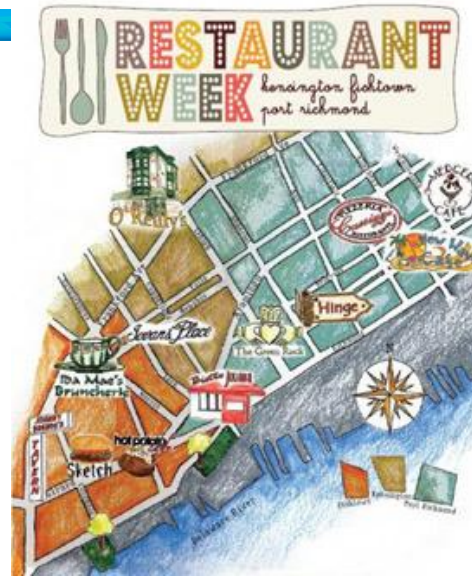
- Burning Man Festival.





Inspiracje ze świata

Weekend
Kulinary
Fashion Week
Design week
Tour de ...
City Maraton



SALEM, MA



RESTAURANT WEEK





Weekend
Kulinary
Fashion Week
Design week
Tour de ...
City Maraton

**LONDON
FASHION
WEEK**



Inspiracje ze świata

Weekend
Kulinary
Fashion Week
Design week
Tour de ...
City Maraton



TOUR DE FRANCE / 2000
SUNFLOWERS

Le
de TOUR
FRANCE



Inspiracje z historii

Święto...
Bitwa pod ...
Jarmark św.



Inspiracje z historii

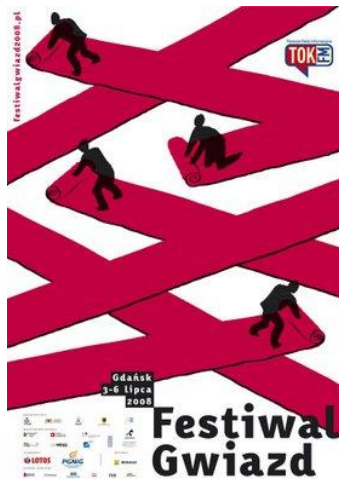
Święto...
Bitwa pod ...
Jarmark św.



Geniusz, wizjonerstwo autora



Festiwal Gwiazd
Open'er Festival
Camerimage



Świadome poszukiwanie nisz w popularnych obszarach kultury, sportu



„Tyczka na molo”
Transvisualia
Ladies Jazz
Festival
CammerImage



Trendy, moda, postęp cywilizacyjny



Malta Festival

Spotkania fanów seriali,
 gier

Instalacje ..., Festiwal
Narracje, DUNE, Liquid
Space

Cyber Games Summit



Trendy, moda, postęp cywilizacyjny



Malta Festival

Spotkania fanów seriali,
 gier

Instalacje ..., Festiwal
Narracje, DUNE, Liquid
Space

Cyber Games Summit



Szukanie wspólnych wyróżników, łączników miejsc



ECO ...
Citta SLOW ...
Hanza ...
Zamki Krzyżackie



Zdolność wywoływania pozytywnych emocji – interakcji z otoczeniem



Wyścigi smoczych łodzi,
Pływanie, jazda „na
byle czym”
Turnieje miast, ulic itp.
Warsztaty kreacji





Kulturalne Stolicy Europy...
Mistrzostwa Europy ...
Imprezy generowane w
obliczu „walki” lub promocji
wydarzenia o oficjalnej
randze
europejskiej/światowej



Ćwiczenie 1

(praca w 3 grupach – 15 min)

- „BRAINSTORMING” – kreuj pomysł – ideę eventy, która zaskoczy świat

Stwórz pomysł na wydarzenie, które Twoim zdaniem przyniosłoby regionowi ważną korzyść wizerunkową – budowałoby pożądaną tożsamość marki

Wskaż powiązania pomysłu z marką miejsca oraz regionu



Przykłady nowych eventów

Analiza case study

Lista przykładowych eventów AD 2008-2011



- **Gdynia**

- „Gdynia Adventure Day” – Gdynia Kolibki
- Wielki Finał Gdynia! Chopin the Course
- Biennale Architektury

- **Poznań**

- Nowy Folk Design.
- Festiwal Gier Miejskich
- FoodDesign
- RegioDesign
- Design for all

- **Gdańsk**

- Festiwal Narracje

- **Łódź**

- Festiwal Designu
- Coke Festival
- FotoFestiwal

Przykłady nowych wydarzeń



- Poznań



Przykłady nowych wydarzeń



- Łódź

LDZIGN - Międzynarodowy Festiwal Designu

LDZIGN



Międzynarodowa Konferencja
PRZEMYSŁY KREATYWNE – KULTURA, BIZNES, INNOWACJE
18 i 19 czerwca 2009 w Łodzi

ŁÓDŹ YOU LIKE
TO BE CREATIVE?





Planowanie i zarządzanie eventem - przydatne wskazówki



Kreacja eventu - przydatne wskazania

- Lider - TWARZ projektu

Osoba, która będzie najczęściej odpowiadała za kontakty z mediami, sponsorami, artystami/sportowcami.

Czesław Lang – Tour de Pologne

Mikołaj Ziółkowski – Open'er Festival

Artur Rojek – Off Festival

- IDEA, przesłanie,

Osnowa eventu, pomysł, który będzie można prosto opowiedzieć, przekazać innym.



Kreacja eventu - przydatne wskazania

- **KOD WIZUALNY**

Sposób, wzorzec komunikacji wizualnej, który będzie kojarzony z danym wydarzeniem, także następnymi edycjami.



- **CYKL - CZAS Eventu**

Czas trwania powinien BYĆ ADEKWATNY DO POTRZEB IDEI EVENTU, termin powinien uwzględniać realia otoczenia, kalendarz imprez oraz dostępność dla odbiorców.





Kreacja eventu - przydatne wskazania

- **WIZJA
ROZWOJU**

Event flagowy nie może być „pojedynczym fajerwerkiem”, chwilowym wystrzałem. Wizja rozwoju może oznaczać nie tylko rozszerzenie skali, ale także podnoszenie np. jakości i standardu.

- **KULTURA
ORGANIZACJI**

Organizator dużego eventu powinien mieć ściśle określone standardy i procedury, w tym wzorce, zarówno w komunikacji wewnętrznej jak i zewnętrznej.



Kreacja eventu - przydatne wskazania

- **Magnesy
EVENTU**

Nie tylko sama idea i konwencja, ale konkretne magnesy, atrakcje (VIPy, premiery itp.) stanowią także o sile imprezy.



- **Drivery CYKLU**

Okres pomiędzy edycjami, nie powinien być „wielką czarną dziurą”, lecz dzięki odpowiedniej strategii komunikacji wzmacniać zainteresowanie imprezą – np. konkursy, pierwsze zapowiedzi programu, gości specjalnych itd.



Kreacja eventu - przydatne wskazania

- **CELEBROWANIE**

Flagowy event danego miasta, regionu, powinien być okazją do budowania atmosfery święta, radości – czyli eksponowania jego wagi i znaczenia dla regionu i otoczenia.



- **KORZYŚCI dla mieszkańców**

Wydarzenie – jego rola dla marki miasta musi określać także jego użyteczność i atrakcyjność dla samych mieszkańców.



- **PASJA w jego ORGANIZACJI**

Wydarzenie flagowe powinno wzbudzać pozytywne emocje wśród mieszkańców, władz miasta oraz organizatorów. Podejście bierne, wskazuje na słabą integrację.



- **Więzi – KONTEKST MARKI MIEJSCA**

...nie chodzi o historię, ale ważne jest wpisanie eventu flagowego w charakter marki, zgodnie z jej obszarami kompetencji.



Strategie eventów – duże miasta i regiony „mogą więcej”



Duży może więcej... ale ma także inne potrzeby
i problemy niż małe miasta

Wybrane opcje:

- Akwizycja wydarzeń (Wrocław, Gdańsk, Gdynia)
- Konkursy otwarte na koncepcje eventu (W-wa)
- Kupowanie pomysłów autorskich od Agencji, promotorów (Łódź, Gdynia, Warszawa)
- Co-branding (z mediami, sponsorem np. Kraków, Wrock)
- Rebranding istniejącej imprezy w mieście/regionie
- Stworzyć – odpowiednie warunki do przyjęcia i rozwoju eventu marki prywatnej (Sopot, Rewal, Hel)

Strategie eventów - małe miasta potrafią być bardziej kreatywne



- Supraśl – Spotkania z naturą i sztuką – „Uroczysko”
- Legnica – Międzynarodowy Festiwal Teatralny Miasto
- Cieszyn – Nowe Horyzonty, Wakacyjne Kadry
- Mrągowo – Piknik Country
- Wieluń - II Europejskie Święto Bursztynu
- Węgorzewo – Eco Rock Festiwal
- Jantar – Mistrzostwa Świata w Poławianiu Bursztynów
- Lubrza – Noc Nenufarów

Ćwiczenie 2



- Określ następujące parametry warunkujące powodzenie Twojego eventu (praca w grupach):
 - Magnesy
 - Drivery cyklu
 - Wizja rozwoju
 - Lider – „twarz”
 - Wskaż niezbędną liczbę koordynatorów

Komunikacja marketingowa eventu – kluczowe narzędzia i działania



Narzędzia

- **Własna strona internetowa eventu**
- **Plakat eventu** – jego prawdziwa twarz
- **LOGO** – oraz system identyfikacji wizualnej
- **Marketing bezpośredni** – osobisty, „Twarz” oraz ambasadorzy marki
- **MAPA !!!** – optymalnie własna
- **„FOTO Story”; materiały PR**

Działania

- **POMYSŁ – unikalny driver eventu – wdrażaj z pasją**
- Opracuj planu PR, dokonaj selekcji mediów, nawiąż z nimi bezpośrednie bliskie relacje!!!
- Działania promocyjne – stosuj zasadę selektywnych kanałów komunikacji, dopasuj preferencje do charakteru marki i odbiorców eventu
- Wpisz EVENT w główny plan kampanii medialnej marki miasta

Komunikacja marketingowa eventu – porady praktyczne



Środowisko internetowe

- Duże portale społecznościowe – stwórz profil wydarzenia, zadbaj o informacji na stronie głównej Eventu (Facebook, Twitter, Flickr itp.)
- Doceń małe portale lokalne..., często są to portale popularne wśród ważnych grup społeczności miasta, w tym liderów opinii
- Blogi – w tym tematyczne, to bardzo cenne źródło opinii i wiedzy niezależnej
- Portale tematyczne, w tym z aktywnym forum opinii

Działania

- Konkursy radiowe
- Biuletyny przewoźników – IC, linie lotnicze, porty
- PR, w tym zagraniczne press tripy

Radio – popularne rozgłośnie

- Często stanowi klucz do zbudowania marki
- Bloki tematyczne – Kultura, sport, jazz, rock, biznes

Logo, wizualny kontekst eventu



Northsea Productions B.V. • Paul Acker, P.O. Box 87840, 2508 SE The Hague, Holland, Telephone (070) 50 14 04, Telex 9240

Witryna internetowa, funpage na facebook-u



9. MIĘDZYNARODOWY FESTIWAL FILMOWY ERA NOWE HORYZONTY

Wrocław, 23 lipca – 2 sierpnia 2009

główna o festiwalu program muzyka wina przewodnik prasa biletymal

AKTUALNOŚCI **PROGRAM ONLINE** **PRZESTRZEŃ ENH**



- 10.07 **Alma Kino vol. 4** - wystawa portretów ludzi kina
- 09.07 Dziesięciu artystów chińskich z Nowego Jorku zagra na festiwalu
- 08.07 Peter Greenaway na 9. ENH we Wrocławiu
- 05.07 8 lipca g. 12.00 ruszyła sprzedaż biletów
- 03.07 Wrocław zaprasza na wystawę do Hall 105-lecia

Na ten moment czekaliśmy wiele miesięcy. Organizatorzy festiwalu na różne sposoby dowiadywali się o bieżące, dotyczące na bieżąco twórczego programu. Wypowiadali w twórczość bohaterów festiwalowych retrospektyw, odbyłi się do pojawiających się tu i ówdzie informatorów. Od dziś pełen program, wszystko, czego potrzebą festiwalowiczów, znajdziecie w jednym miejscu - na stronie ENH. →

- 11.07. Bezpretensjonalnie świeży, oryginalny - o Zielone w Karłowich Warsach
- 10.07. Tłuma Film Award dla Anarchyjote
- 09.07. Wakacyjny numer KINA już do kupienia i d czytania
- 09.07. Kuba Miłuda na retrospektywę Guya Maddina zaprasza w Przeglądzie
- 07.07. Od Monumentu c

CZY WIESZ, ŻE...



facebook Search Home Profile Account

Open'er Festival

Public Figure · Gdynia

2010 EUROPE WINNER BEST MAJOR FESTIVAL

Wall Open'er Festival · Top Posts

Piotr Skowronek
Oddam bilet w dobre ręce...
Już w pełni ostatecznie rezygnuję z tegorocznego opka (VOLT i Szpet gór ^^). W związku z tym mam do sprzedania kamiet na Open'era - 4dniowy + pole namiotowe. Wiższ...

Lukasz Mazurek
operonowi dagle brakuje headlinerów. skład jest solidny, ale fakt, że ciut niszowy. myślę, że jeszcze ze 2-3 naprawdę DUŻE nazwy załatwiłyby sprawę.

jednak ja już tego komentować nie będę, bo znam z tej tablicy, że dużo wyścerek osobystych, że dużo odnieniania mojego nazwiska przez wszystkie przypadki. no i generacje apogeum malko...

8 people like this.
View all 14 comments

Sandra Podsiad Smutno będzie bez Ciebie :(
2 minutes ago

Tomasz Milewski chciał odejść powiedziawszy ostatnie słowo, w głoni chwaki, powiedni mu na to! wszystkim będzie go brakować ale dalej (zł spoj) Adam... znaczy Lukaszow.
49 seconds ago

Filip Borkowski Crystal Fighters?
13 hours ago
4 people like this.

You and Open'er Festival
Waldemar Rudzicki likes this.

Find More Friends
Jacek, More Friends Are Waiting
These 10 friends found their friends using the friend finder. Have you found all of your friends? Give it a try.
Your Email
Email Password
Find Friends
Facebook won't store your password.

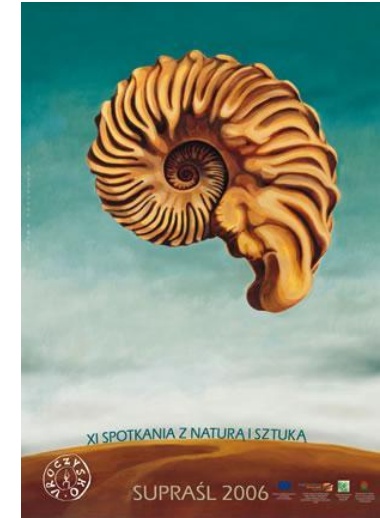
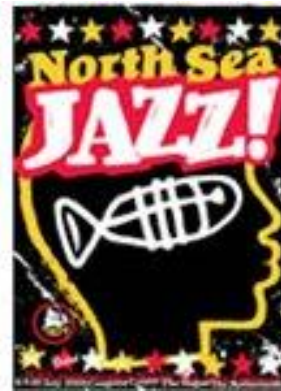
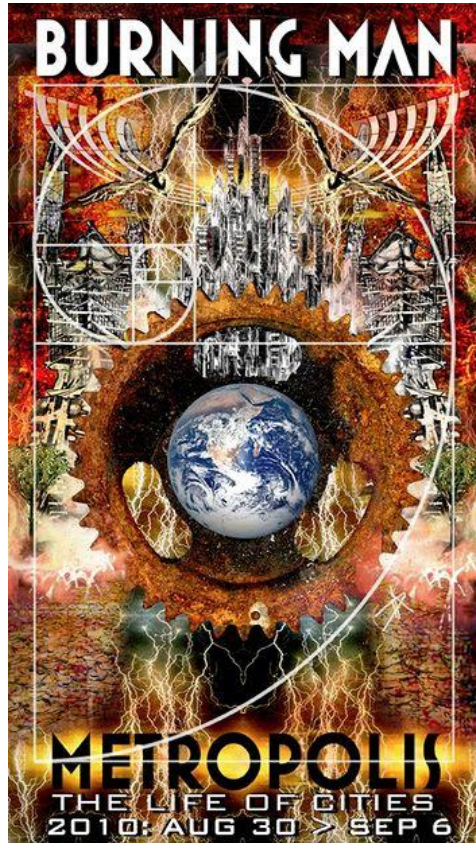
Sponsored Create an Ad
Powiedz samotności nie!
edarding.pl
Na edarding spotkasz wiele osób, które tak jak Ty szukają miłości! Nie czekaj, zarejestruj się już dziś i nawiązaj ciekawe znajomości!

Pobierz Google Chrome
google.com
Przełączaj Twoje ulubione strony z szybkością Chrome. Zamień swoją darmową przeglądarkę w kilka sekund.

Bileto.pl
Bilety Lotnicze Taniej. Porównaj. Nie przepłacaj.

Chat (1)

Plakaty – bez patronatu trudno liczyć na powszechną publikację. Atrakcyjność plakatu, wyłonienie z konkursu, znany autor zwiększa szanse...



Materiały wizerunkowe – co chcą opublikować media krajowe? internet/prasa



Materiały wizerunkowe – co chcą opublikować media kolorowe, tematyczne?





Ćwiczenie 3

- Określ pomysł na logo i hasło wydarzenia
- Określ ton i kod graficzny komunikacji
- Wskaż na główną obietnicę – esencja komunikatu PR
- Twój pomysł na marketing niekonwencjonalny