

VIRTUAL JAPANESE ART

Progetto di Comunicazione Digitale
Università degli Studi di Milano - Bicocca

✿ Introduzione

Lo scopo del progetto è immaginare di realizzare un evento, quanto più realistico possibile, tenendo conto di organizzazione di spazi, costi, pubblicità online ed eventualmente offline.

In questo evento abbiamo immaginato di essere un'agenzia che realizza mostre all'aperto, in un parco, che illustrino la Galleria Giapponese contenuta all'interno del Museo Nazionale di Tokyo.

In questo percorso è previsto l'utilizzo di visori VR (Virtual Reality) che mostrino le opere d'arte, divise in tappe a seconda della tipologia del manufatto. Vi sarà inoltre una guida turistica che spiegherà le varie opere, per supportare i visitatori nel loro percorso a 360°.

Nel luogo dell'evento vi saranno anche delle installazioni di street food tipico giapponese per permettere ai visitatori di immergersi totalmente in questa esperienza di stampo nipponico.

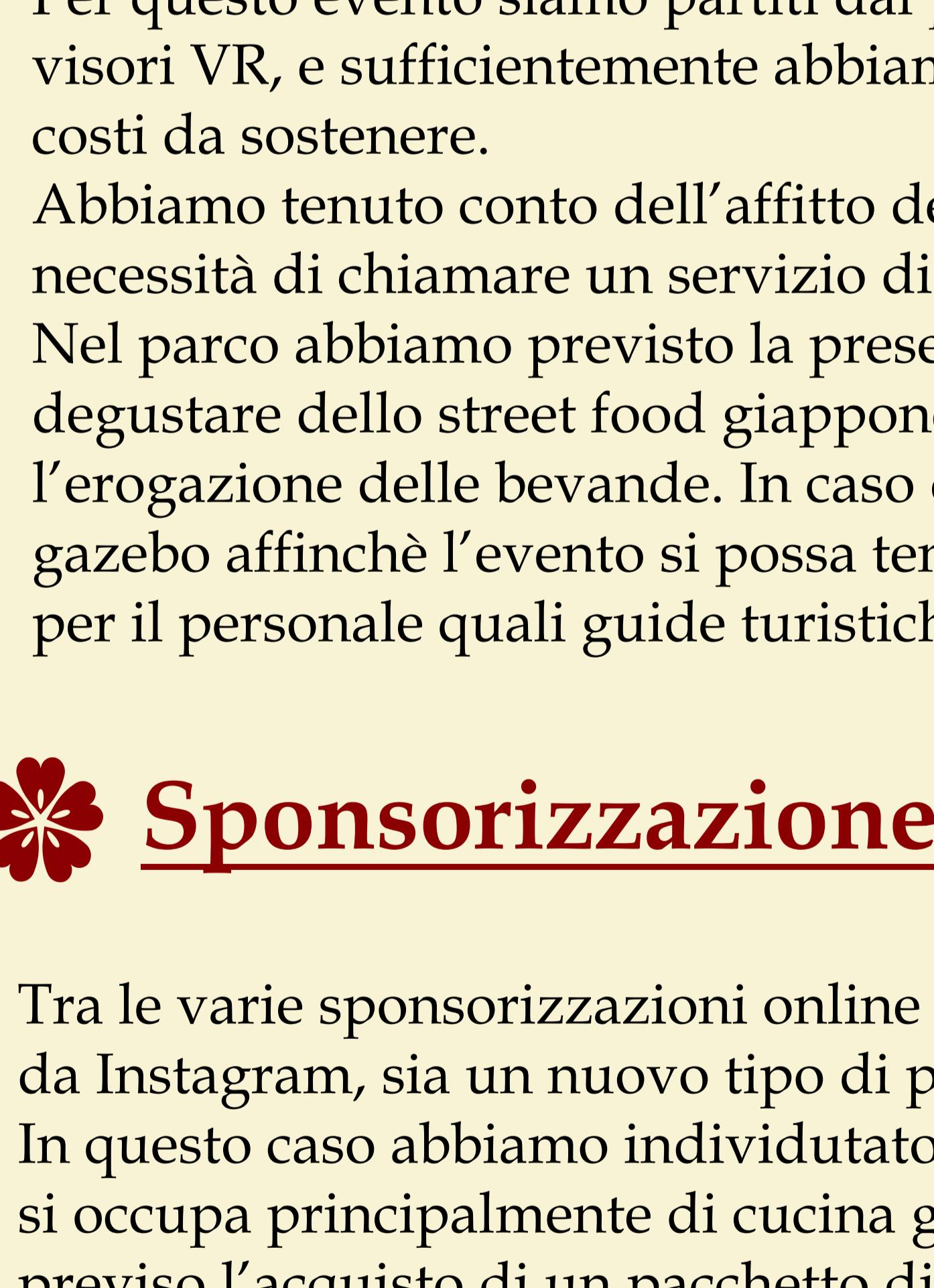
✿ Il logo

Per questo evento ho ipotizzato un logo che richiamasse in pieno la cultura giapponese. Ho pensato quindi di utilizzare un drago stilizzato, e utilizzare due font diversi per il lettering. La parola Virutal ho scelto di realizzarla con un font più incisivo e squadrato, mentre per le parole Japanese Art ho scelto di utilizzare un font che richiamasse i kanji scritti col tradizionale pennello.



✿ Pubblicità online e offline

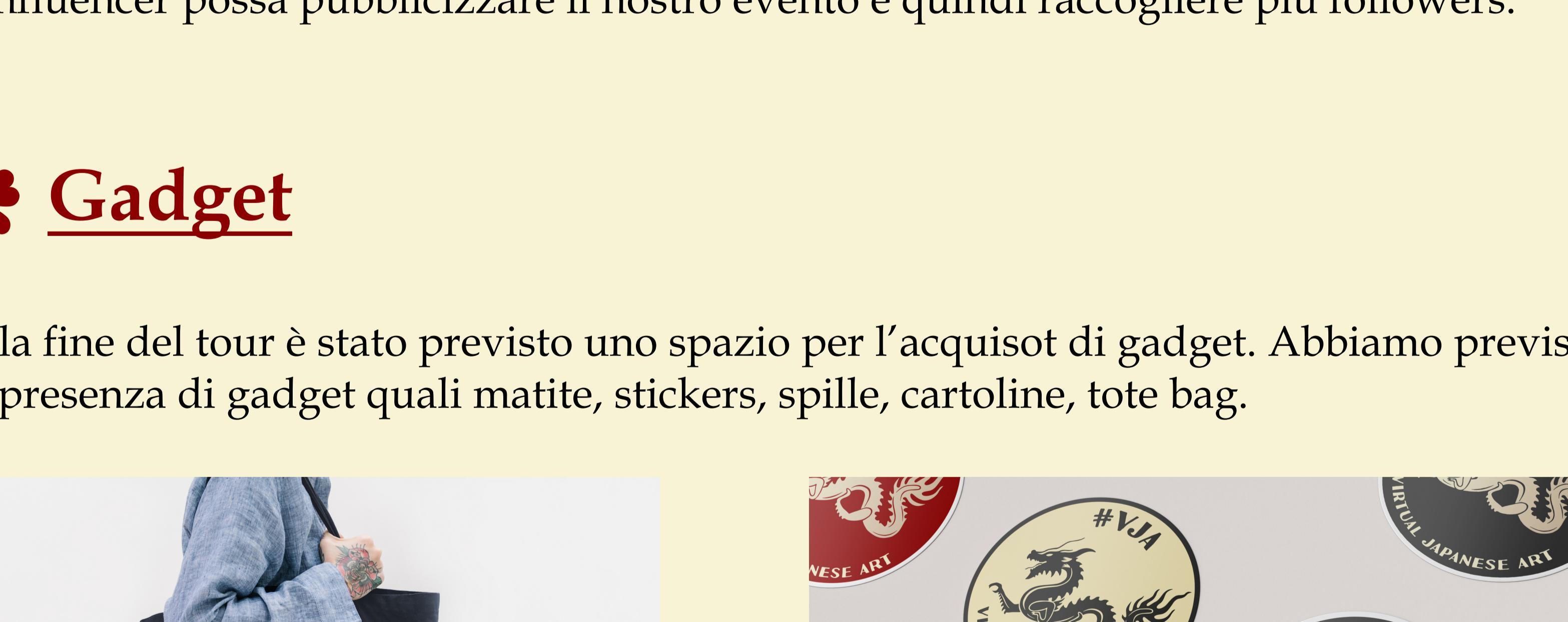
Nella realizzazione dell'evento abbiamo tenuto conto della necessità di pubblicizzarlo prima e dopo il suo inizio. In questo caso abbiamo immaginato di ricorrere sia ai classici profili social quali Instagram e Facebook, sia a tecniche offline quali volantinaggio e promoting in punti cruciali di Milano.



Per quanto riguarda il volantinaggio abbiamo immaginato di utilizzare delle bici con cargo all'interno dei quali pensavamo di trasportare alcuni visori VR da far provare al pubblico, per poter dare un assaggio di quale possa essere il tipo di esperienza che avrebbero vissuto al nostro evento.

Contestualmente a ciò abbiamo pensato di fare volantinaggio e distribuire gratuitamente alcuni stickers con riportato l'hashtag dell'evento, in maniera tale da fornire un modo per rintracciarsi online e quindi eventualmente acquistare i biglietti presso il nostro sito.

Nei nostri piani non è mancata la sponsorizzazione online tramite Instagram e Facebook, aprendo i relativi account social e popolandoli di post pubblicitari contestuali all'evento, nonché stories varie.



✿ Implementazione

Per questo evento siamo partiti dal prezzo dei biglietti e ovviamente dall'affitto dei visori VR, e sufficientemente abbiamo ampliato la gamma di servizi offerti nonché di costi da sostenere.

Abbiamo tenuto conto dell'affitto del Giardino Teresa Pomodoro di Milano, assieme alla necessità di chiamare un servizio di pulizia per ogni fine giornata.

Nel parco abbiamo previsto la presenza di FoodTruck per permettere al pubblico di degustare dello street food giapponese e grazie ad alcuni sponsor abbiamo incluso l'erogazione delle bevande. In caso di maltempo abbiamo previsto anche l'affitto di gazebo affinché l'evento si possa tenere lo stesso, e ovviamente non è mancato il budget per il personale quali guide turistiche, assistenza VR, e promoter.

✿ Sponsorizzazione online

Tra le varie sponsorizzazioni online abbiamo scelto di adottare sia gli strumenti offerti da Instagram, sia un nuovo tipo di pubblicità online, ovvero l'utilizzo di influencer.

In questo caso abbiamo individuato una influencer che ha molto seguito a Milano e che si occupa principalmente di cucina giapponese. Nei nostri programmi quindi abbiamo previsto l'acquisto di un pacchetto di stories da fare a evento iniziato, cosicché l'influencer possa pubblicizzare il nostro evento e quindi raccogliere più followers.

✿ Gadget

Alla fine del tour è stato previsto uno spazio per l'acquisto di gadget. Abbiamo previsto la presenza di gadget quali matite, stickers, spille, cartoline, tote bag.

✿ Valutazione dei risultati

Al fine di valutare l'indice di gradimento dei vari aspetti abbiamo pensato di sfruttare un form Google da inviare via mail ai vari ospiti.

In questo form quindi intendiamo valutare la gradevolezza della mostra in generale, dell'assistenza per i visori VR, del cibo, dei gadget, del parco.