

Spracovanie reklamného spotu

Predmet: reklamný spot „vyrábame reklamu“

Autor: Ivan Jaroš, ivan@merqio.com

Dátum: 9.4.2018

Zhotoviteľ: Merqio s.r.o., Jaurisova 515/4, 140 00 Praha, Česká Republika

Klient: myAD, s.r.o., Vlčie hrdlo 60, 821 07 Bratislava, Slovensko

Revízia: 5, 14.5.2018, Ivan Jaroš

Všetky nasledovné informácie podliehajú obchodnému tajomstvu a nesmú byť šírené do rúk nepovolanych osôb. Osobám bez pracovno-právneho vzťahu s klientom a/alebo zhotoviteľom môžu byť informácie dané k nahliadnutiu iba zodpovednou osobou zastupujúcou klienta a/alebo zhotoviteľa.

Zadanie

Predmetom podnikania klienta je výroba rôznych reklamných predmetov, tlače, montáž, zákazková výroba a iné výrobné služby pre oblasť reklamy.

Klient používa slogan „vyrábame reklamu“, ktorý má byť hlavnou myšlienkou spotu. Z toho vyplýva vizuál a idea komunikujúca tento fakt.

Výsledný reklamný spot by mal byť v dĺžke 20 až 30 sekúnd, rozlíšení FullHD a 8-bitovom farebnom spektre štandardu rec. 709.

Spot nie je určený pre terestriálne vysielanie, primárnym miestom využitia bude úvodná stránka klientovej oficiálnej internetovej stránky a Facebook header.

Spot neobsahuje audio stopu.

Idea

I keď klient fyzicky vyrába propagačné predmety pre iné reklamné agentúry a koncových zákazníkov, propagovať budeme finálny výsledok - a to reklamu ako takú. Zameriame sa na druhy reklamy ktoré klient primárne vyrába - outdoorové polepy, tabule, autofólie a podobne.

Chceme komunikovať fakt, že dobrá reklama naozaj funguje. Preto bude v spote figurovať problém, ktorý môže postretnúť akéhokoľvek bežného človeka, a riešenie tohto problému kde v jadre bude figurovať práve reklama.

Príbeh, ktorým chceme komunikovať tieto myšlienky, bude o stratenom turistovi ktorý sa pri prechádzke v lese ocitne mimo turistického chodníčka a po krátkej panike ho zachráni informačná tabuľa reštauračného zariadenia(bufet). Takáto drobná stresová situácia nie je nezvyčajná a divák sa s ňou vie ľahko stotožniť. Taktiež náš talent nebude v strese príliš dlho aby sme diváka nezahltili negatívnymi emóciami, a preto náš talent veľmi rýchlo nájde východisko z takejto situácie. Pod povrchom komunikujeme to, že v tomto prípade reklamná tabuľa neslúžila iba ako propagácia bufetu ale aj čosi viac, čosi, čo bolo neplánované avšak poskytlo to nášmu talentu niečo viac než len informáciu o blízkom reštauračnom zariadení. Funguje tu dvojité symbolika informácie a uhlu pohľadu na túto informáciu – prvý je pre bežného konzumenta, druhý je pre náš talent v stresovej situácii.

Scenár

Talent je na prechádzke v lese, pojedá keksíky, rozhliada sa po korunách stromov a obdivuje prírodu. V pozadí hrá veselá hudba. Zrazu zistí že je stratený. Hudba v pozadí sa zmení na temnejšiu melódiu, vizuál sa ztmaví. Pozrie na telefón - má vybitú baterku. Nastáva panika - strach. Les sa stáva studeným, strašidelným, klaustrofobickým a osamelým miestom.

Talent sa rozhliada okolo seba, zrazu zazrie čosi farebné v diaľke za kríkom. Podíde ku kríku, rukou odhrnie listy a vidí smerovaciu tabuľu odkazujúcu na reštauračné zariadenie niekoľko stoviek metrov ďalej. Znovu hrá v pozadí veselá hudba. Talentu sa uľavilo, má opäť dobrú náladu a nasleduje smer uvedený na tabuli.

Tabuľa ostáva v zábere a zobrazí sa slogan „vyrábame reklamu“.

Vizuál



Lokalita

Devínska Kobyla

Náklady

- talent(herec/herečka)
- kostým
- rekvizity(keksíky, mobilný telefón, ruksak)
- smerovacia tabuľa + upevnenie
- svetlá
- reflektory
- make-up*
- asistent
- preprava osôb a techniky na a z miesta natáčania
- rebrík

Poznámky

- spot neobsahuje žiaden scenár nakoľko idea je veľmi jednoduchá a dialóg by nemal žiadnu pridanú hodnotu, taktiež je spot určený na web a nie na priame sledovanie
- položky označené * v nákladoch sú voliteľné a nemusia byť potrebné
- v prípade záujmu je možné spot rozšíriť na kampaň kde sa náš talent bude neustále strácať na rôznych miestach (les, mesto, obchodné centrum, kancelárska budova, škola, ...) s tým, že ho vždy zachráni nejaká reklamná tabuľa - respektíve vizuál. V tomto prípade však bude treba nájsť vhodný talent ktorý bude tvárou celej kampane, nakoľko mať vždy iné obsadenie by spôsobilo stratu kontinuity ideí.
- všetky produkčné náklady, mimo tých ktoré sú uvedené v časti „náklady“, sú zdarma
- informačnú tabuľu vyrobí klient vo svojom dizajne na vlastné náklady
- drone je potrebný pre minimálne jeden záber, avšak je možné takého zábery kompletne vynechať