

KONTEJNER

Jednostavno nas ne možeš ignorirati.

Umjetnost koja preispituje.

Kampanja je osmišljena kako bi povećala prepoznatljivost novootvorenog prostora i privukla relevantnu publiku na njegov umjetnički program. Korištenjem Meta oglašivačkog sučelja (Instagram i Facebook) omogućeno je precizno targetiranje nišne publike, čime se postižu mjerljivi rezultati uz optimalno iskorištenje budžeta.

Strategija se sastoji od brand awareness kampanje, koja podiže svijest o KONTEJNERU u Zagrebu, i traffic kampanje, koja usmjerava korisnike na web stranicu radi kupnje ulaznica za CellF.

Kreativni pristup uključuje provokativne poruke, upečatljive vizuale i optimizirane oglasne formate. Single format oglasa koristi se za izgradnju prepoznatljivosti, dok carousel oglasi dokazano povećavaju stopu angažmana i klikova. Kontinuirano praćenje performansi omogućuje optimizaciju kampanje u stvarnom vremenu, osiguravajući rast publike, povećanje posjećenosti i dugoročno pozicioniranje KONTEJNERA kao prepoznatljivog središta suvremene umjetnosti.

01. Sažetak kampanje



Kampanja koja čini razliku.

U digitalnom okruženju, kreativnost je strateški alat koji omogućuje diferencijaciju, angažman i učinkovito rješavanje komunikacijskih izazova.

Društvene mreže, uz napredne tehnologije targetiranja, omogućuju precizno dosezanje relevantne publike, no prava vrijednost leži u tome kako se poruka prenosi.

Kreativni pristup kampanje za KONTEJNER koristi provokativan narativ, intrigantne vizuale i precizno osmišljene poruke kako bi privukao nišnu publiku i potaknuo interakciju.

Tehnologija omogućuje analitiku i optimizaciju u stvarnom vremenu, ali upravo kreativnost u osmišljavanju sadržaja čini razliku između kampanje koja prolazi nezapaženo i one koja generira stvarni interes i dugoročan angažman publike.



Ponekad je jednostavno rješenje najbolje.

Za kampanju smo odabrali Meta oglašivačko sučelje, koristeći Instagram i Facebook, jer je to provjerena i dokazana metoda koja omogućuje precizno targetiranje i osigurava mjerljive rezultate. Ove platforme pružaju najbolji omjer ulaganja i dosega, jer možemo ciljano doprijeti do publike prema interesima, lokaciji i ponašanju.

Kampanja se sastoji od brand awareness kampanje, koja jača prepoznatljivost KONTEJNERA u Zagrebu i traffic kampanje na nacionalnom nivou, koja potiče korisnike na klik na web stranicu radi informiranja o programu. U brand awareness koristili smo single format oglasa jer je cilj jasno istaknuti glavnu poruku.

U traffic kampanji smo odabrali carousel format oglasa, budući da podaci pokazuju kako ova vrsta oglasa ostvaruje veću stopu angažmana i klikova.

Iako su digitalne kampanje često percipirane kao jednostavno rješenje, upravo ta jednostavnost omogućuje brzu implementaciju, prilagodljivost i zajamčene rezultate, što ovu strategiju čini najefikasnijim putem za ostvarenje ciljeva klijenta.



2 cilja, 2 kampanje.

Predložena kampanja koristi dvije plaćene Meta kampanje (500 € po kampanji) kako bi riješila ključne izazove – neprepoznatljivost KONTEJNERA u Zagrebu i nedostatak publike na događanjima.

Brand awareness kampanja fokusira se na povećanje vidljivosti kroz provokativan i intrigantan sadržaj koji privlači nišnu publiku. Slogan „Što možeš vidjeti u KONTEJNERU, skupo bi platio na DARK WEBU“ poigrava se maštom, izaziva znatiželju i potiče publiku na interakciju, dok vizuali ističu lokaciju i identitet prostora, jačajući njegovu prepoznatljivost.

Traffic kampanja usmjerena je na generiranje klikova prema web stranici, informiranje korisnika o programu CellF i poticanje na kupnju ulaznica.

Prednost ove strategije je kontinuirano praćenje i prilagodba kampanje u stvarnom vremenu, čime osiguravamo maksimalnu učinkovitost budžeta i optimizaciju rezultata. Kampanja ispunjava ključne KPI-jeve koji dugoročno pozicioniraju KONTEJNER kao prepoznatljivo središte suvremene umjetnosti.

04. Kako će funkcionirati



01

**Brand
awareness
kampanja**

VIZUAL: SINGLE



COPY/TEXT

Trnje zna kako je to biti na rubu, izvan centra, ali uvijek u igri. KONTEJNER isto.

Neke stvari su mainstream. Druge su pod radarom. Mi nismo ni jedno ni drugo, ali uvijek ispred vremena. Umjetnost koja preispituje. Zato nas ne možeš ignorirati.

Novouređeni prostor u kompleksu Vjesnik.

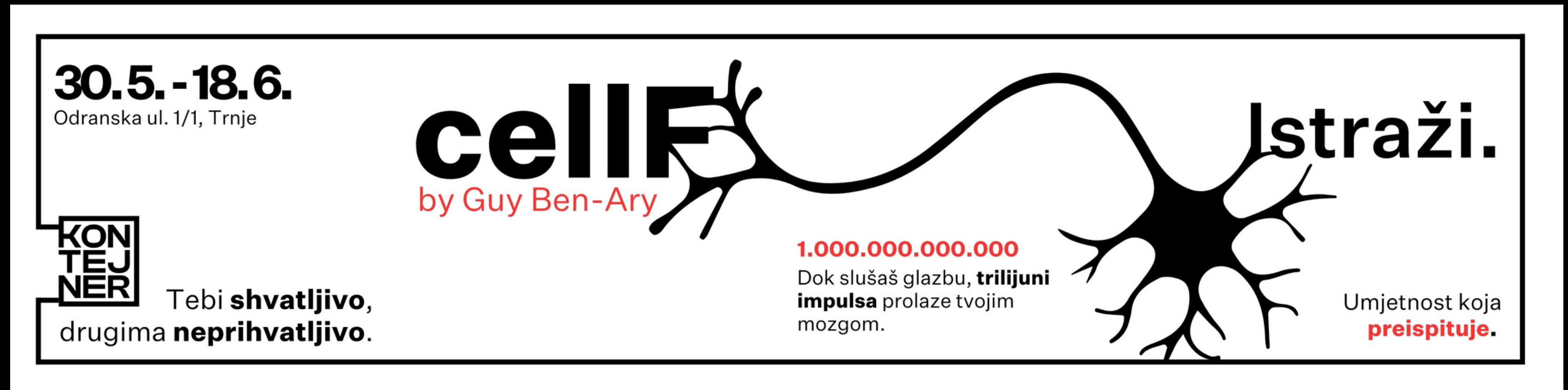
BRAND AWARENESS KAMPANJA



02

**Traffic
kampanja**

VIZUAL: CAROUSEL



30.5. - 18.6.
Odranska ul. 1/1, Trnje

KONTEJNER

Tebi **shvatljivo**,
drugima **neprihvatljivo**.

cellF
by Guy Ben-Ary

1.000.000.000.000
Dok slušaš glazbu, **trilijuni impulsa** prolaze tvojim mozgom.

Istraži.

Umjetnost koja **preispituje**.

COPY/TEXT

Nema ruku. Nema nota. Nema izvođača.

Ali zvuk postoji i dolazi iz živih moždanih stanica.

Guy Ben-Ary i CellF pretvaraju neuronske impulse u glazbu, stvarajući kompozicije koje nitko nikada nije napisao.

Svaka izvedba donosi zvuk koji nestaje u trenutku u kojem nastaje.

Ako nema autora, tko je onda umjetnik? (Link)

TRAFFIC KAMPANJA





**biro
suvremene
umjetničke
prakse**