

ZAPRASZAMY

Prezentacja **TIM BOSKO**



Rzeczywistość

- tradycyjna reklama staje się coraz mniej skuteczna ze względu na jej powszechność i płaską formę
- nowe formy reklamy stają się bardziej wyraziste i wielowymiarowe, unikalne i spersonalizowane
- Klienci poszukują coraz większej ilości danych w szybkim i dostępnym Internecie
- decyzje podejmowane są na podstawie wyrobionej opinii, emocji i atmosfery danego miejsca
- zakupy przez Internet są coraz powszechniejsze i znacząco wpływają na redukcję kosztów (...)

Cel

Tworzymy skutecznie popyt na produkty i usługi naszych Klientów, dlatego bardzo dużą uwagę przykładamy, do jakości naszych prac. Umiejętnie kształtujemy emocje i na nich budujemy przewagę.

Intrygujemy nowoczesną reklamą w branży turystycznej.

Dostarczamy multimedia umożliwiające zbudowanie bliskiej i bezpośredniej relacji Klienta z ofertą.





TimBosko

Jesteśmy polską, niezależną agencją multimedialną.

Skupiamy czołowych fotografów, operatorów, oraz grafików.

Pracujemy dla czołowych agencji reklamowych oraz wydawniczych (Twój Styl, Pani, Viva).

Tworzymy multimedia w turystyce od 2004 roku.

W celu jak najefektywniejszego działania połączyliśmy w ramach jednej agencji trzy uzupełniające się media: film, fotografia i virtual tour.

Pozwoliło nam to stworzyć kompletną ofertę multimedialną i skutecznie wspierać branżę turystyczną, przed którą stoi w dobie Internetu wiele nowych wyzwań.

Działamy na zasadzie: Strategia, realizacja materiałów zdjęciowych, produkcja multimedii, analiza i doradztwo skutecznego ich wykorzystania.



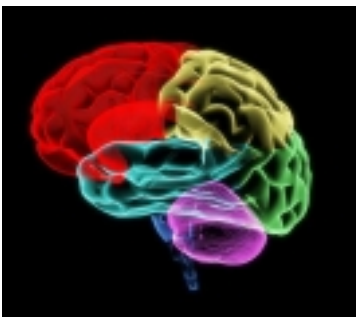
Technologia GoThru oparta o emocje...

Czy wiesz, że...

Kiedy doświadczamy emocji, powstaje chemiczna zmiana w naszym mózgu.

Hormony zalewają nasz mózg i zmieniają tempo w jakim neurony łączą się ze sobą. To przez te połączenia zapamiętujemy fakty.

Nie pamiętamy niczego, jeśli z danym doświadczeniem nie jest powiązana emocja.



Technologia GoThru

Nowoczesną technologię oraz unikalne doświadczenie aranżacyjne połączyliśmy w jeden produkt – Technologię **GoThru**. Głównym założeniem projektu jest wygenerowanie odpowiednich odczuć emocjonalnych u odbiorcy.

Technologia **GoThru** to:

zobacz to – oddanie klimatu miejsca, jego właściwa autoprezentacja

bądź tam – poczuj to miejsce, jego atmosferę, zobacz ludzi, uczestnicz w wydarzeniach

eksploruj – przenoś się z miejsca na miejsce, szukaj ukrytych przejść i przedmiotów

baw się – odnajduj ukryte punkty, zbieraj je i wymieniaj

Dzięki technologii **GoThru** pozwalamy oglądającym zobaczyć więcej, to co chcą i jak chcą. Pozwalamy wyrobić sobie opinię i własne odczucia. Nie pokazujemy zatem jedynie miejsca a pozwalamy je w pełni zwiedzić dzięki czemu możliwe jest doświadczenie emocji. Dostarczamy narzędzie zaspokajające potrzebę poznania, poczucia i wyobrażenia.

GoThru to zestaw narzędzi wpływających na wytworzenie odpowiednich emocji, pozytywnych:

- Strzałki nawigacyjne VirtualTour zachęcają do zabawy, poszukiwań, odkryć,
- Strzałki funkcyjne np. „dzień/noc” zmieniają nastrój miejsca, zachęcają do zabawy, pokazują różne oblicza miejsca,
- Jednocześnie pokazanie najlepszych a nie wszystkich miejsc pozostawia niedosyt i chęć poznania szczegółowego,
- Optymalna aranżacja panoram, zwiększa atrakcyjność, pobudza marzenia,
- Panoramy techniczne – nieostrości, przestrzenie, wrażenia 3d budują nastrój, magiczność, pobudzają do szukania i myślenia.





Klienci

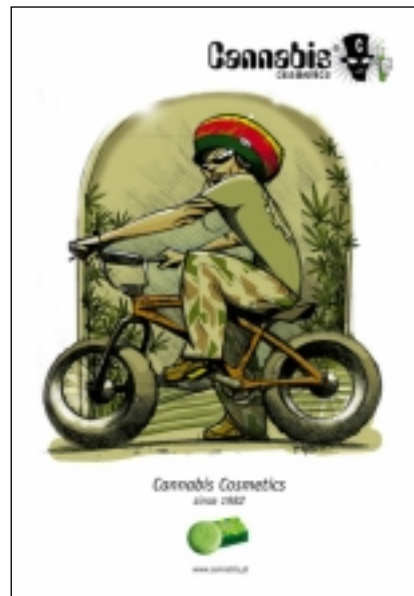


Klient

Idea 25

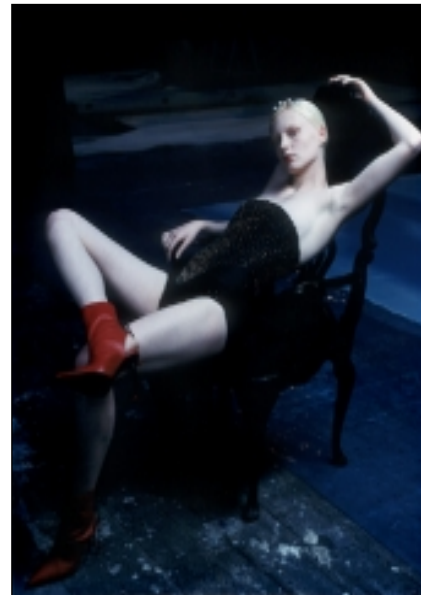
stworzenie brendu:

- logotyp,
- corporate identity,
- opakowania,
- ATL,
- BTL,
- strona www



Publikacje

- Twój Styl
- Viva
- Pani
- Cosmopolitan
- Glamour
- Zwierciadło
- Blask



Klient

Vinarius

- zdjęcia



CHISE

La Mission d'Orléans 2007
D.O. Valle del Maja

Wino czerwone z winogron odmiany Pinot Noir pochodzących z winnicy w miejscowości Orléans w regionie Valle del Maja. Wino jest owocowe, pełne i ma charakterystyczny smak. Idealny do mięs i ryb. Cena w zł: 18,00

La Mission Merlot 2007
D.O. Valle Central

Wino czerwone z winogron odmiany Merlot pochodzących z winnicy w miejscowości Merlot w regionie Valle del Maja. Wino jest owocowe, pełne i ma charakterystyczny smak. Idealny do mięs i ryb. Cena w zł: 18,00

La Mission Cabernet
Reserva 2006
D.O. Valle Central

Wino czerwone z winogron odmiany Cabernet Sauvignon pochodzących z winnicy w miejscowości Cabernet w regionie Valle del Maja. Wino jest owocowe, pełne i ma charakterystyczny smak. Idealny do mięs i ryb. Cena w zł: 18,00

Gran Cuvée Cabernet
Reserva 2006
D.O. Valle del Maja

Wino czerwone z winogron odmiany Cabernet Sauvignon pochodzących z winnicy w miejscowości Cabernet w regionie Valle del Maja. Wino jest owocowe, pełne i ma charakterystyczny smak. Idealny do mięs i ryb. Cena w zł: 18,00

Restauracja Vinarius
Nowe, wyjątkowe miejsce na romantyczny wieczór w Valencji

Na ulicy Bolandring, w kameralnym budynku, znajdującej się w mieście Valencja, restauracja Vinarius oferuje wyjątkowe miejsce na romantyczny wieczór w Valencji. Restauracja oferuje wyjątkowe miejsce na romantyczny wieczór w Valencji. Cena w zł: 18,00

Oferta dla firm

Nowe, wyjątkowe miejsce na romantyczny wieczór w Valencji. Restauracja oferuje wyjątkowe miejsce na romantyczny wieczór w Valencji. Cena w zł: 18,00



Sytuacja

Firma Atlas Tours jest jedną z czołowych firm zajmujących się Cruisingiem na rynku polskim. Działa od 12 lat mając w ofercie rejsy wycieczkowe takich armatorów jak: Costa Cruises, Cunard czy MSC Cruises.

Jednym z filarów sprzedaży jest produkt „Rejsy z polskim pilotem” W piątej jubileuszowej edycji konkursu „Liderzy polskiej turystyki” organizowanym przez „Rynek Podróży” w kategorii „organizator rejsów wycieczkowych” w uznaniu wysokich standardów działania i uzyskania bardzo dobrej pozycji na rynku firma Atlas Tours otrzymała Certyfikat „Lider Polskiej Turystyki 2007”

Działania podjęte w 2008 roku miały na celu doprowadzić do umocnienia i wzbogacenia wizerunku marki oraz budowania lojalności wśród grupy docelowej.

Wyzwanie

Klienci zlecili naszej agencji przygotowanie materiałów multimedialnych mających wizualizować ofertę turystyczną w taki sposób, aby przybliżyć i oswoić Klientów z ideą Cruisingu. Przede wszystkim za cel postawiono odtworzenie atmosfery rejsu, pokazanie, iż współczesna oferta Armatorów jest alternatywą zarówno do Wycieczek Objazdowych jak i Wakacji standardowych, stacjonarnych. Oferta ta nie dotyczy zgodnie ze stereotypami jedynie osób starszych a jest ukierunkowana na całe rodziny, ludzi młodych i żądnych przygód. Daje okazję doświadczenia niezapomnianych doznań w atrakcyjnej cenie.

Rozwiązanie

Koncepcja działań została oparta na trzech mediach (fotografia, film, virtual tour) zgodnie ze światowymi tendencjami jak i założeniu przekazania informacji do różnych grup docelowych. Każde z mediów odpowiadało za nieco inny przekaz, dzięki czemu mogliśmy uzyskać przekaz kompletny.

Zdjęcia zostały pomyślane, jako autorski slideshow, rodzaj albumu artystycznego, pewnej ekspresji na temat statku, ludzi (załogi – zdjęcia kapitana, kucharzy, animatorów) oraz miejsc, które statek odwiedza.

Wybraliśmy klasyczny przekaz w konwencji między reportażem a inscenizowaną sesją.

Postanowiliśmy zbudować i oddać atmosferę rejsu oraz ukazać podróżnych (Polaków) mile i aktywnie spędzających czas. Tu upatrywaliśmy wielki potencjał niewykorzystanej szansy przybliżenia tej idei. Do tej pory korzystano ze zdjęć armatora, które w naszej ocenie onieśmiały wielu potencjalnych Klientów ukazując jedynie wystylizowanych zachodnich modeli w wyszukanych sceneriach.

Założyliśmy, że ta część komunikacji miała oswoić ze statkiem osoby niemające jeszcze doświadczenia z tą formą wypoczynku oraz działać na zasadzie odświeżania wspomnień uczestników już odbytych rejsów i tworzyć przywiązanie do firmy.

Film postanowiliśmy oprzeć na konwencji klasycznego materiału informacyjnego i w tej części dzięki lektorowi odpowiedzieć na większość zadawanych pytań przez Klientów. Stworzony przez nas podkład muzyczny nawiązuje do nazwy statku i stanowi relaksacyjne tło. Struktura montażu jak i cały film zgodnie z założeniami ma budzić zaufanie do statku i kompetencji załogi oraz pokazać beztruskę wypoczywających podróżnych w komfortowych warunkach. Film stanowi warstwę informacyjną.

Virtual Tour to nowe i nowoczesne narzędzie daje możliwość interakcji z przedstawianym obiektem. Za pomocą tego medium postanowiliśmy ukazać zarówno trasę rejsu jak i statek.

Zarówno w przypadku prezentacji trasy jak i statku chcieliśmy poza warstwą informacyjną rozpaść w osobach oglądających sceny 360, tęsknotę za prezentowanymi miejscami. W tym celu w przypadku prezentacji trasy wykonaliśmy zdjęcia w konwencji reportażu jak i inscenizacji pokazując nie tylko zabytki i uroki odwiedzanych miast, ale i atmosferę tych miejsc i ich unikalność oraz odmienną kulturę. Nie zabrakło również scen przedstawiających organizatorów rejsu zarówno pracowników armatora MSC jak i ludzi z firmy Tours w scenach gdzie ułatwiają i służą pomocą turystom.

W prezentacji statku zgodnie z założeniami skupiliśmy się na jego atutach i chcieliśmy wykazać jego przewagę nad tradycyjnym wypoczynkiem. Pokazaliśmy mnogość oferty: restauracje, baseny, SPA, siłownia, wieczorne przyjęcia, kasyno, biznesowe pomieszczenia, rozrywkę, kajuty oraz panującą atmosferę. Na wielu zdjęciach pokazaliśmy ludzi w odpowiednio zainscenizowanych scenach wyrażających idee Cruisingu.

Tak przygotowana prezentacja multimedialna została przez nas poddana analizie marketingowej i wskazaliśmy pola eksploatacji: była prezentowana na stronach Klienta, portalach tematycznych, na targach branżowych.

Rezultaty

Osiągnięcie wszystkich zamierzonych celów.



Klient

Grupa ATLAS TOURS

- film,
- zdjęcia,
- virtual tour





Studium Przypadku – Polmako – 2008

Sytuacja

Fima Polmako założona przez Paskala Pauwelsa z pochodzenia Belga, pasjonata win jak i konesera kuchni, zrewitalizowała zabytkowy obiekt w Milanówku „Willę Borówkę”. Obiekt pochodzi z 1903 roku i jest niezwykle ciekawym przykładem Gotyku Nadwiślańskiego. Zamysłem twórców było stworzenie restauracji belgijskiej, hotelu, cukierni oraz obiektu konferencyjnego w tej zabytkowej i niegdyś letniskowej miejscowości.

Wyzwanie

W czasie wspólnie prowadzonych rozmów i ustaleń, zadaniem postawionym przed Naszą agencją było stworzenie narzędzi, które wspomagałyby proces budowania i umacniania pozytywnego wizerunku „Willi Borówki” oraz jak najszerzego informowania o nowym obiekcie.

Rozwiązanie

W ramach postanowionego zadania nasza Agencja opracowała spójny system identyfikacji miejsca poczynając od strony www (www.willaborowka.pl) na której umieściliśmy sekcję „Virtual Tour” oraz „Galeria”. Materiały zostały przygotowane na podstawie scenariusza, którego celem było uwypuklenie zalet tej lokalizacji oraz miejsca jak i nawiązanie do wspaniałej przeszłości obiektu. Dzięki umiejętnie inscenizowanym zdjęciom udało się uchwycić charakter tego miejsca i zagrać odpowiednią atmosferą. Zaproponowaliśmy również kampanię internetową i umieszczenie prezentacji Virtual Tour pokazującej obiekt jak i miejscowość na portalach tematycznych.

Stworzyliśmy również materiały BTL, w tym katalog win, w oparciu o autorskie zdjęcia prowansalskich winnic, nadając wydawnictwu formę artystycznego katalogu.

Rezultaty

Po roku naszych działań, obiekt wkomponował się w miejscowość i stał się jej symbolem. Już dziś, dzięki zwiększeniu obrotów, przeważają Klienci z poza rejonu, głównie duże firmy, które pozyskały informację w drodze elektronicznej.



Atuty

- Indywidualne i profesjonalne podejście do projektu
- Kreatywne i strategiczne myślenie
- Terminowość
- Elastyczność
- Znajomość branży i najnowszych technologii komunikacji audiowizualnych

Grupa Tim Bosko



Anna Kawa



Tomasz Wójcicki



Bohdan Wójcicki



Krzysztof Konarski



Tomasz Wieczorek



Kontakt

Tim Bosko

05-806 Warszawa–Komorów

ul. Kurpiowska 6

tel./fax 022 758 03 69

www.timbosko.com

