მამების დღე - 21 ივნისი

ვიდეორგოლის ბრიფი

მიზანი

მამების დღესთან დაკავშირებით უნდა შეიქმნას ემოციური საიმიჯო ვიდეო, რომელიც წარმოაჩენს მამობის მნიშვნელობას - ზრუნვას, მხარდაჭერას, პასუხისმგებლობასა და იმ ჩუმ სიყვარულს, რომელსაც მამები ყოველდღიურად გამოხატავენ.

ვიდეოს მიზანი არ არის პროდუქტის ან კონკრეტული სერვისის კომუნიკაცია. მთავარი აქცენტი უნდა გაკეთდეს ემოციაზე, ადამიანურ ისტორიასა და ბრენდის თბილ, ღირებულებით მხარეზე.

საკომუნიკაციო ამოცანა

ვიდეომ აუდიტორიას უნდა გაახსენოს მამებთან დაკავშირებული თბილი, პირადი და ემოციური მომენტები. სიუჟეტი უნდა იყოს რეალისტური, გულწრფელი და ცხოვრებისეული.

სოკარი ვიდეოში არ უნდა იყოს ხელოვნურად ჩასმული. ბრენდის ინტეგრაცია უნდა მოხდეს ბუნებრივად - გზასთან, მგზავრობასთან, გაჩერებასთან ან ყოველდღიურ ზრუნვასთან კავშირში, ისე, რომ არ დაიკარგოს მთავარი ემოციური ხაზი.

მთავარი გზავნილი

მამა არის ადამიანი, რომელიც ხშირად ჩუმად ზრუნავს, მაგრამ მთელი ცხოვრების გზაზე ჩვენს გვერდითაა.

სასურველი ემოციური მიმართულება: მადლიერება მამების მიმართ იმ ყოველდღიური, ხშირად შეუმჩნეველი ზრუნვისთვის, რომელიც წლების შემდეგ განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს.

ტონი და სტილი

- ემოციური და თბილი
- გულწრფელი და ბუნებრივი

სამიზნე აუდიტორია

ფართო აუდიტორია - მშობლები, შვილები, ოჯახები და ყველა ადამიანი, ვისთვისაც მამასთან დაკავშირებული ემოციური გამოცდილება ნაცნობი და მნიშვნელოვანია.

სააგენტოს დავალება:

- ვიდეოს კრეატიული კონცეფცია
- სიუჟეტური ხაზი
- ტექსტუალური მიმართულება - ვოისოვერი და ქოფი
- მასტერ ვიდეო 45-60 წამი;
- ვერტიკალური ადაპტაცია - Reels/TikTok ვერსია;
- ვიდეოს ქავერი/thumbnail.

ბიუჯეტი

ბიუჯეტი უნდა მოიცავდეს კრეატიული კონცეფციის მომზადებას, პრეპროდაქშენს, გადაღებას, პოსტპროდაქშენს, მუსიკალურ გაფორმებას (გამოყენების უფლების შეძენას), მონტაჟს, ფერების კორექციას და ვიდეოს საჭირო ფორმატებში ადაპტაციას.

ვადები

- კრეატიული კონცეფციის წარდგენა - 25 მაისი
- კონცეფციის შეთანხმება - 27/28 მაისი
- სცენარისა და პრეპროდაქშენის დასრულება - 3 ივნისი
- გადაღება - 4-9 ივნისი
- პირველი ვერსიის წარმოდგენა - 12 ივნისი
- კორექტირებების გათვალისწინება - 16 ივნისი
- საბოლოო მასალის ჩაბარება - 18 ივნისი
- ვიდეოს გაშვება - 21 ივნისი, მამების დღე

დამატებითი შენიშვნა

ვიდეოს მთავარი ღირებულება უნდა იყოს ემოცია. ბრენდი უნდა იყოს ისტორიის ბუნებრივი ნაწილი და არა სიუჟეტის ცენტრი. სოკარის გამოჩენა უნდა ემსახურებოდეს საერთო განწყობას - გზას, ზრუნვას, ოჯახურ კავშირსა და ადამიანურ სიახლოვეს.

სოკარის Tagline: სოკარი - შენი მეგობარი გზაზე.