



2024-es pályázat nyertese

FRESH CSR különdíj

Visual Europe Group

Pályázati anyag címe: Heim Pál Gyermekkorház - Mikulás napi
drone show

FRESH CSR különdíj

Visual Europe Group - Heim Pál Gyermekkorház - Mikulás napi drone show

Milyen szolgáltatásokkal járult hozzá a nevezett rendezvényhez?

A drónshow keretében 400 drón emelkedett a levegőbe, zenés fényjátékkal bűvölve el a beteg gyerekeket és az egészségügyi dolgozókat. A lokáció sajátosságai miatt a drónshow-nak minden irányból érvényesülnie kellett, így igazi 3D élményt kellett létrehozni. Klasszikus karácsonyi figurákat jelentek meg az égen, mint a Mikulás, karácsonyfa, szánkó, Mézi. A SOTE hatalmas tornyát pedig szintén karácsonyhoz illő formák fényjátéka tette lenyűgözővé.

A nevezett rendezvényen nyújtott kiegészítő szolgáltatás mennyiben volt egyedi, kreatív? Hogyan járult hozzá az ügyfél és a résztvevők elégedettségéhez, mit tett az adott rendezvényen az élmény növeléséért?

A Visual Europe Group által megvalósított Heim Pál Drónshow a legújabb dróntechnológiát felhasználva új dimenziókat nyitott az eseménymarketing világában, lenyűgözve a széles közönséget. Ez a projekt technológiát ötvözött az empátiával, túllépve a kórház falain, bemutatva a technológia erejét kapcsolatok létrehozásában. Ez az esemény nem csak a technológia kiválóságát mutatta be, hanem innovatív lehetőséget is demonstrált azt példázva, hogy a technológia hogyan használható fel a közösség bevonására és a média érdeklődésének felkeltésére. A Heim Pál Drónshow a résztvevők számára felejthetetlen élményt nyújtott, növelve ezzel az ügyfél és a résztvevők elégedettségét. Az online és offline világ határainak elmosódása révén egy új, közösségi élményt teremtett, amely messze túlmutatott a hagyományos marketingeseményeken, és új mércét állított a kreatív eseményszervezés terén.

Ismertesse a projekt komplexitását. Milyen kihívásokkal találkozott a lebonyolítás során?

A Heim Pál Drónshow projekt, melyet a Visual Europe Group valósított meg, példaértékű innovációs törekvés volt, mely új dimenziókat nyitott meg az eseménymarketing és a technológia ötvözésében. Ennek a komplexitását több tényező adja, beleértve a technológiai kihívásokat, a közönség elérése és bevonása terén felmerülő akadályokat, valamint a szélesebb médiafigyelem megszerzését. Technológiai kihívások: 400 drón egyidejű repülésének koordinálása komoly műszaki kihívásokkal járt. Az egyedi koreográfiájú fényjáték megtervezése és pontos végrehajtása precíz programozást és a drónok pontos navigációját igényelte. A projekt megvalósítása során a csapatnak folyamatosan figyelemmel kellett kísérnie a változó időjárási körülményeket és más külső tényezőket, amelyek befolyásolták a drónok teljesítményét és a show biztonságát. Közönség elérése és bevonása: a projekt másik kihívása az volt, hogyan lehet a kórházban lévő gyerekeket nézőként aktívan bevonni. Ebben a kórház lelkes és támogató dolgozói voltak segítségünkre. Médiafigyelem és stratégiai partnerségek: a projekt másik aspektusa a média érdeklődésének felkeltése volt. A stratégiai partnerségek nem csak növelték az esemény láthatóságát, hanem hitelességet is adtak a projektnek. Ez a folyamat átgondolt kommunikációs és PR stratégiát igényelt, hogy meggyőzzék a média képviselőit az esemény újszerűségéről és fontosságáról.

Hogyan érvényesítette szolgáltatásaiban a fenntarthatósági szempontokat?

A Visual Europe Group a Heim Pál Drónshow projektjében kiemelten kezelte a fenntarthatósági szempontokat, bizonyítva, hogy a technológiai innováció és a környezettudatos szemléletmód kéz a kézben járhat. Az esemény szervezése során a következő fenntarthatósági elveket érvényesítettük: Energiatakarékos technológia: A drónok által használt energiatakarékos LED fénytechnika minimalizálta az esemény ökológiai lábnyomát, ellentétben a hagyományos, nagy energiafogyasztású fényjátékokkal.

Újrahasznosítható eszközök: A drónok és egyéb technikai eszközök újrahasznosítása a projekt központi eleme volt, biztosítva, hogy az eszközök élettartama maximális legyen, ezzel csökkentve a hulladéktermelést. Zöld kommunikáció: Az esemény promóciójában és kommunikációjában digitális eszközök kerültek előtérbe, minimalizálva a nyomtatott anyagok használatát, ezzel is csökkentve a papírfelhasználásból adódó környezeti terhelést.

Miért volt FLASH a nevezett projekt?

A projekt kiemelkedik innovatív dróntechnológia és digitális platformok felhasználásával a közönség bevonásában és üzenetének erősítésében. A marketingstratégia többdimenziós volt: Dróntechnológia, mint marketingeszköz: a 400 drónból álló fényjáték nem csupán az esemény fénypontja volt, de egyedülálló marketingjellemezőként is funkcionált, felkeltve ezzel a média és a nyilvánosság figyelmét. Digitális elköteleződés: A közösségi média platformok kihasználásával az esemény széles körű közönséget ért el. Médiakapcsolatok: Stratégiai partnerségek az online média kiadókkal biztosították az esemény széleskörű lefedettségét, növelve annak hatását és elérését. Tartalomstratégia: Az eseményhez készült egy kisfilm, és egy werkfilm is, megörökítve a drónshow lényegét és meghosszabbítva a marketingkampány élettartamát.