Vodafone NGP

IMPACT
CZECH AWARDS

◀◀

PART 1:

CREATING THE CRISIS

“

Natoč do krátkých scének různé situace, kdy tě Vodafone TV
v mobilu vytrhne z toho, co právě děláš. A protože je to nový díl tvého oblíbeného seriálu, tak v tu chvíli všeho necháš a jdeš se dívat.

Chceme humorné vyznění a jasnou nadsázku, takže ideálně situace, kde se to vůbec nehodí, jako například první rande.

”

RUNNING

FIRST DATE

WALKING DOG

EXHIBITON

FAMILY DINNER

Our fault was that we’ve seen it in the context.

But viewers don’t…

We’ve realized that after first comment and quite quickly deleted the video, however…

THINGS ARE NOT
IN OUR CONTROL

PART 2:

PEACE TALKS

Vodafone and the National Gallery have agreed on a creative collaboration as part of the settlement of their relationship.

The aim of the joint campaign is to increase the number of visitors to the National Gallery, primarily among young audience and build positive image of both brands.

We propose to create a hero video (15-20”), three collaborative social media posts and activation together

- Same target group
- Similar tonality
- Similar actors
- Similar visual style to our campaign
- Opening a topic that’s not yet been brought to the attention
- Activation perfectly inline with the topic
of attention

PART 3:

CREATING THE CONCEPT

RELEVANCE!

People that don’t visit galleries feel like the art is not for them and it’s irrelevant for the topics they deal with.

Gen Z feels like they deal as a generation with many issues for the first time. Surprise surprise. Artists already did deal with those.

- Gender identity / fluidity
- Sexual orientation
- Identity crisis
- Mental health
- Sustainability / nature
- Gloomy future prospects
- War, illness struck world

THE ORIGINAL
TRENDSETTERS

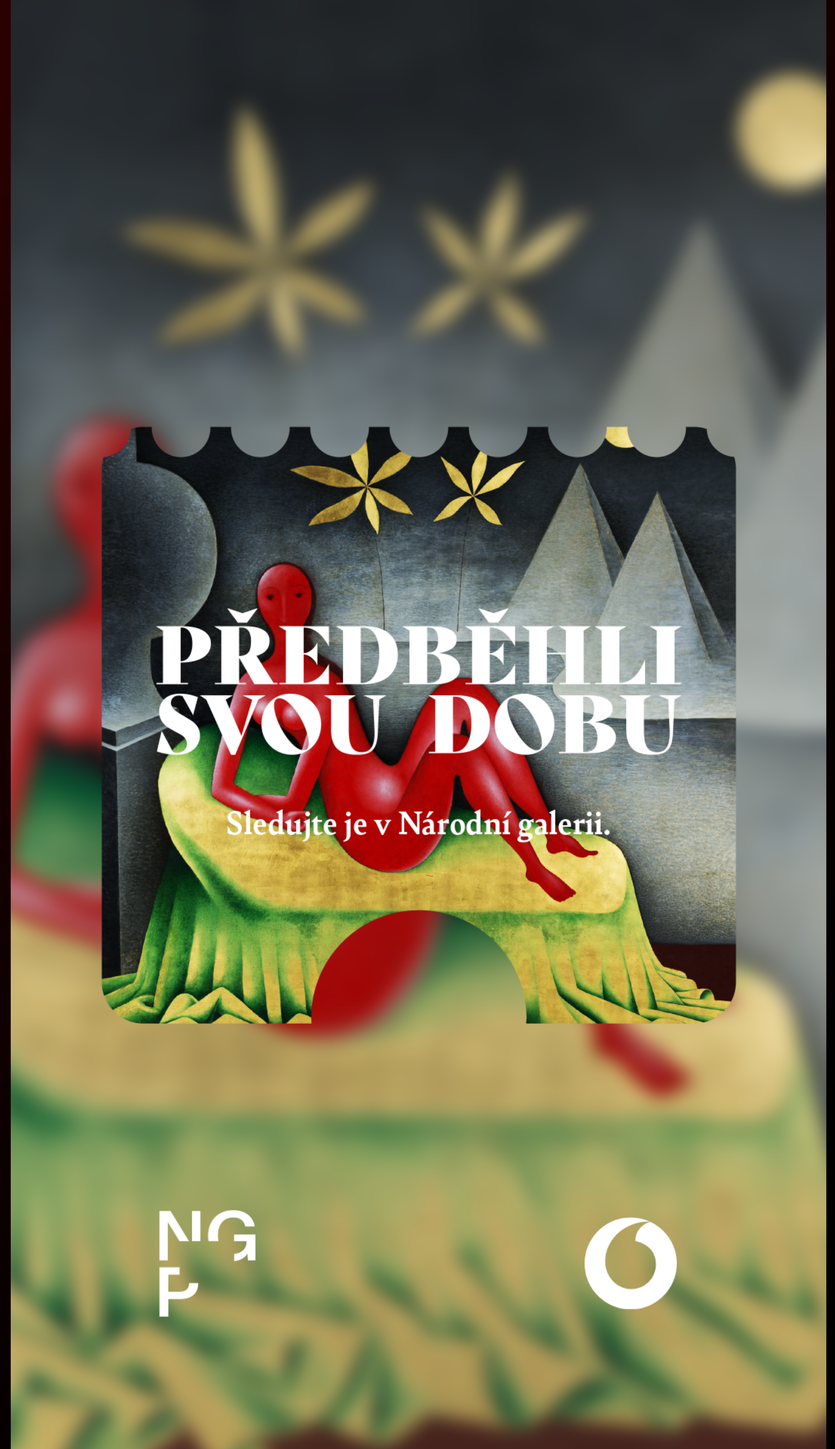
AHEAD OF TIME

PŘEDBĚHLI SVOU DOBU

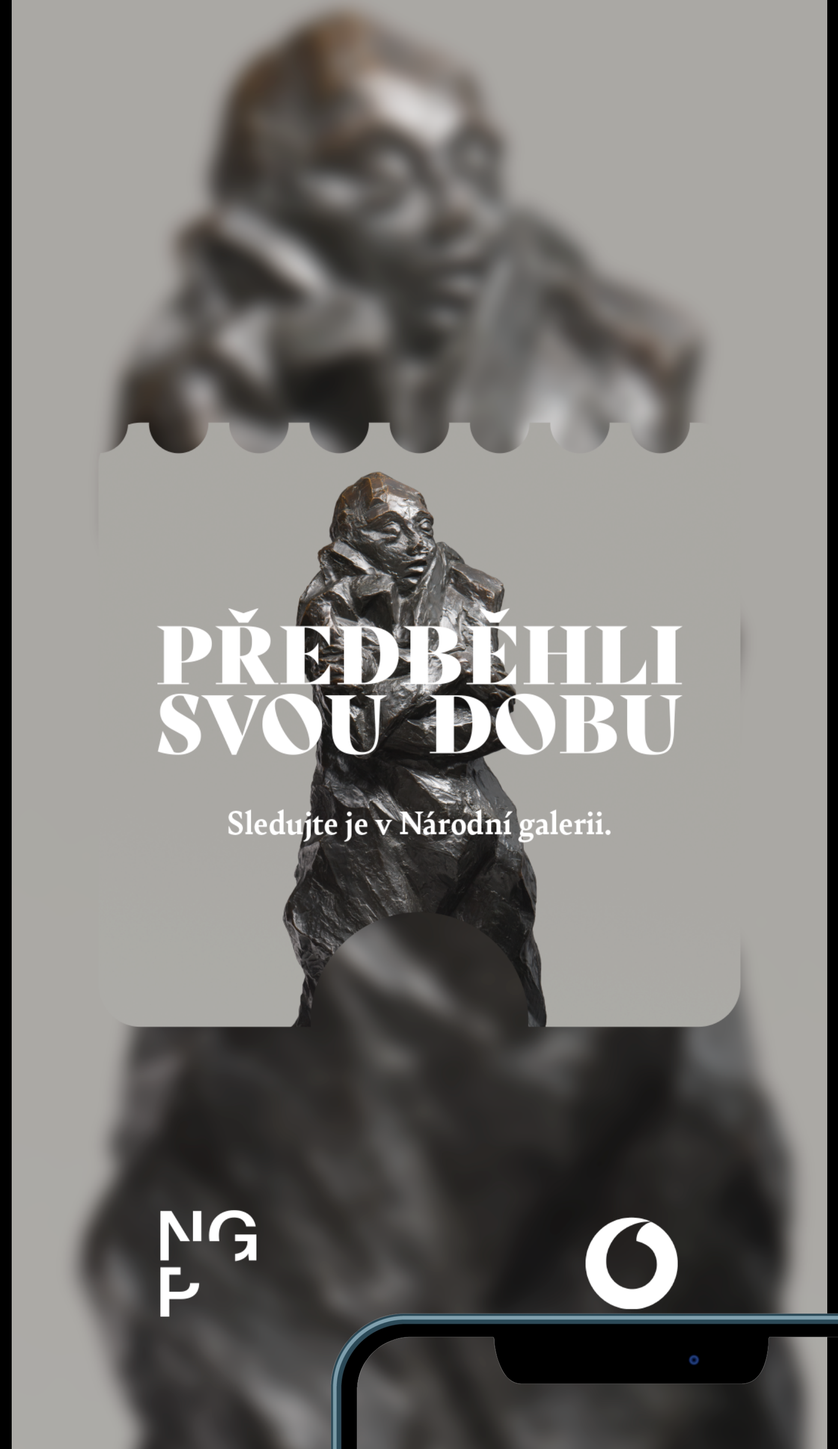
Zrzavý - Kleopatra
Sexualita a vlastní identita

Gutfreund - Úzkost
Mentální zdraví

Mařáková - Vlastní podobizna s otcem
Feminismus


PŘEDBĚHLI
SVOU DOBU
Sledujte je v Národní galerii.

PŘEDBĚHLI
SVOU DOBU
Sledujte je v Národní galerii.


PŘEDBĚHLI
SVOU DOBU
Sledujte je v Národní galerii.

Font: Bely Display

Bely Bold

Vodafonecz
PŘEDBĚHLI SVOU DOBU
A
B
C
Sledujte je v Národní galerii.
Send Message

Vodafonecz
PŘEDBĚHLI SVOU DOBU
A
B
C
Sledujte je v Národní galerii.
Send Message

PHASE 1

Hero video

Posted as collaborative IG post

PHASE 2

Content

Trivia IG stories of Vodafone

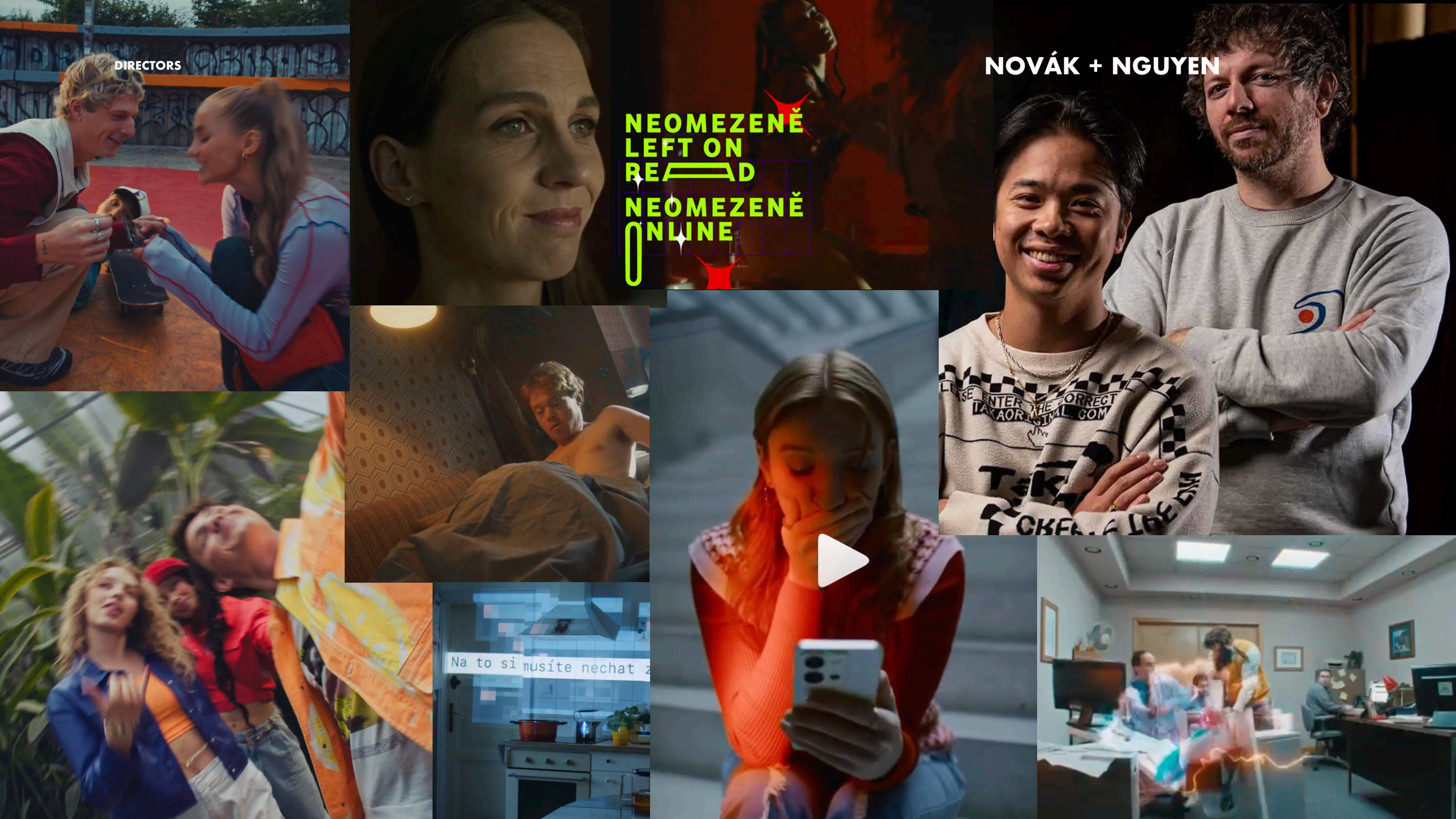
PHASE 3

Activation

Contest inside the NGP

PART 4:

IT’S PRODUCTION TIME


DIRECTORS
NOVÁK + NGUYEN
NEOMEZENĚ
LEFT ON
READ
NEOMEZENĚ
ONLINE
Na to si musíte nechat

CASTING

KIEN

DENČA

Dynamické vertikální video se street vizualitou a následnou pasáží v NGP. Na začátku uvidíme loga obou značek. Hrají v něm dva mladí lidé, sledujeme jejich cestu do galerie.

Koláž městských záběrů po cestě. Natáčení se v odrazu ve skle. Příchod k Veletržnímu paláci. Střih. Vcházíme do galerie a kamera si postupně vybírá tři díla.

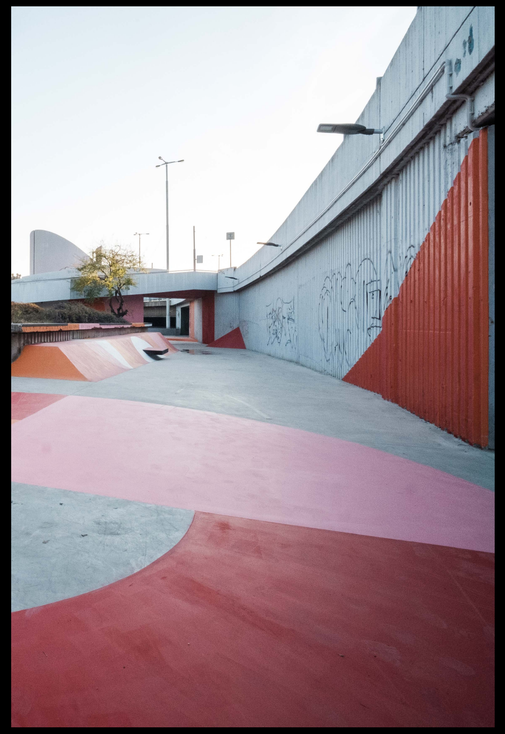
Vyanimuje se titulek: Zrzavý řešil otázku sexuality. Už před 67 lety.

Potom další dílo a opět titulek: Gutfreund mentální zdraví. Už před 111 lety.

A potom třetí: Mařáková řešila feminismus. Už před 127 lety.

Finální packshot: Předběhli svou dobu. Sledovat je můžete v Národní galerii. Vodafone

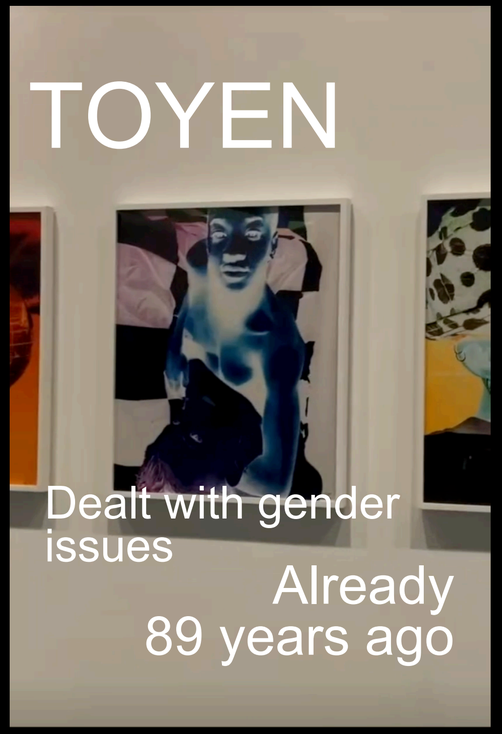
Alternativní znění: Umění bylo vždy napřed. Objevte aktuální témata ve sbírce NGP. Vodafone



Dynamic collage of city shots.

Cut. Two youngsters in the reflection.

Cut. Entering Veletržák.



Zooming in on the chosen artwork

Packshot with call to action and logos

PART 5:

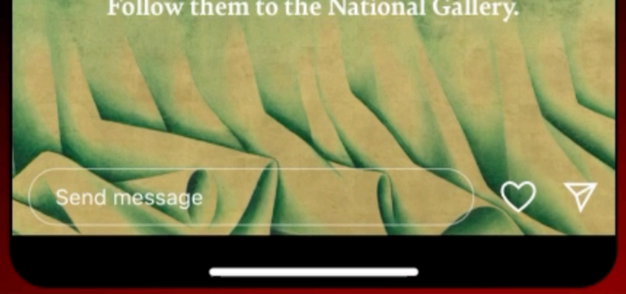
IT’S SHOOTING TIME

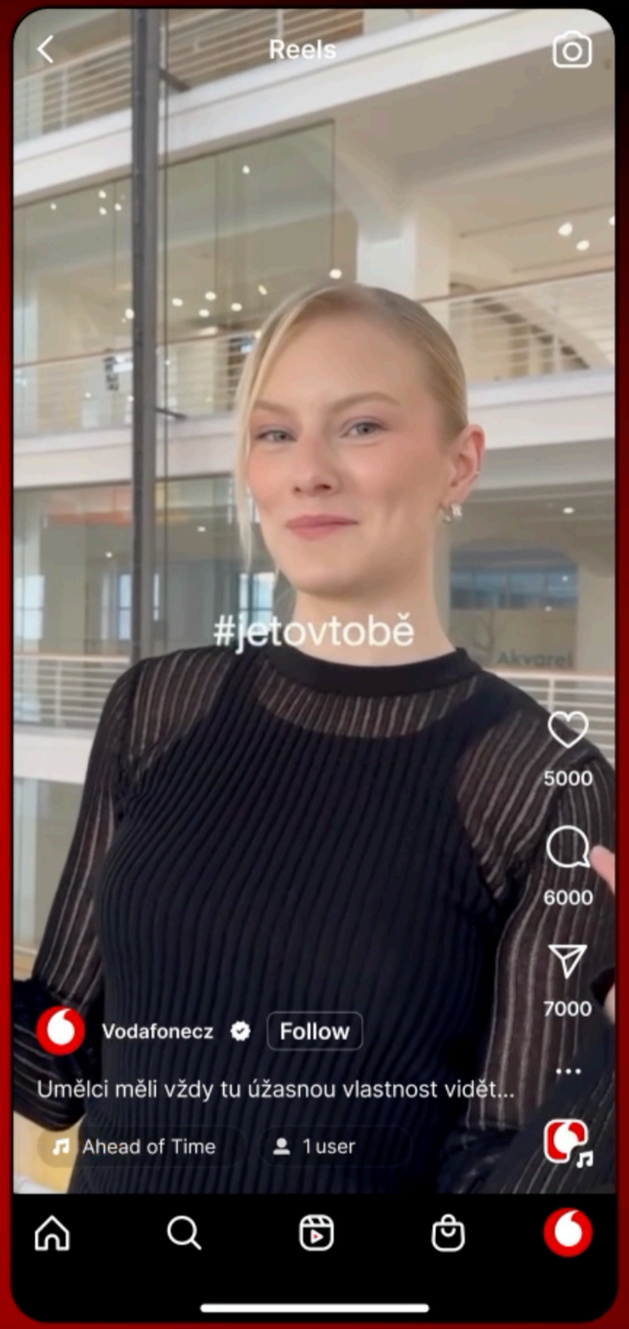
Filex

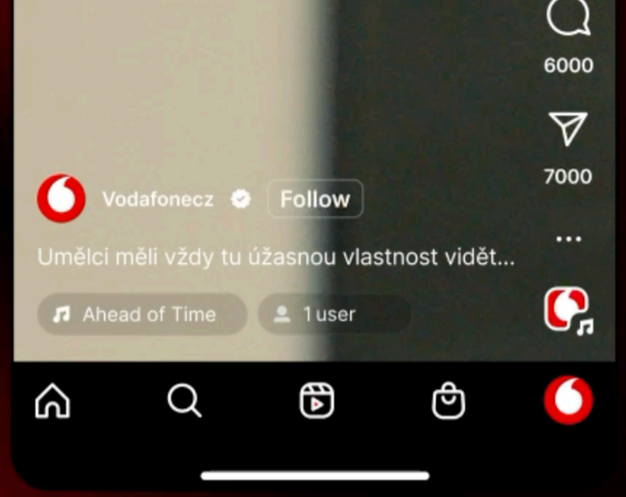
FPS 25.000
SHUTTER
EI 1280
BAT 14.3V

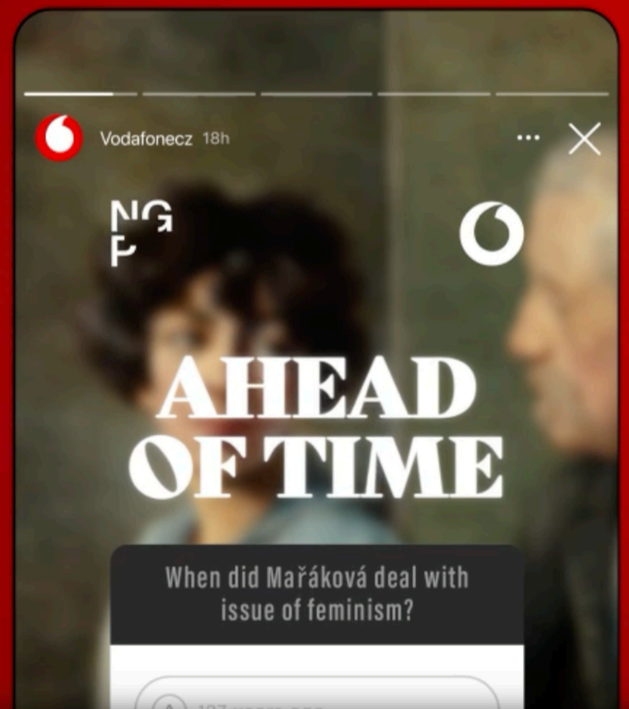
PART 6:

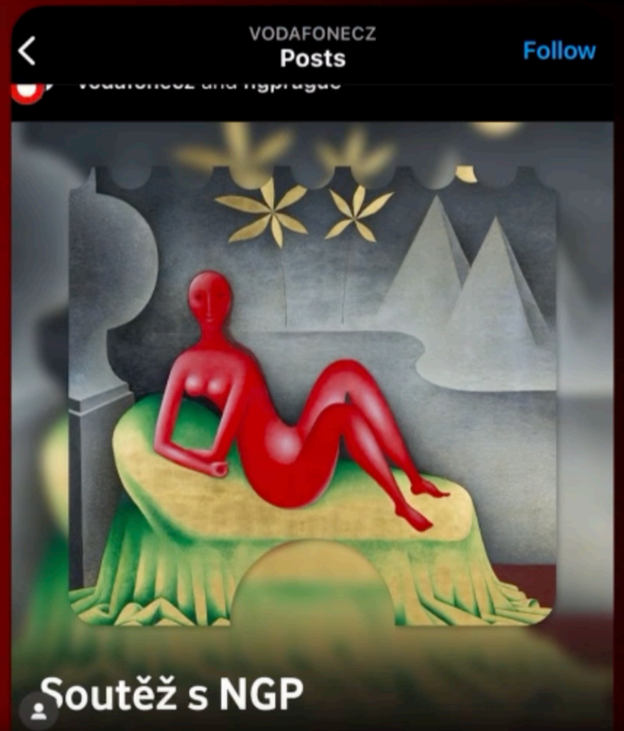
IT’S DONE


Follow them to the National Gallery.
Send message


Reels
#jetovtobě
5000
6000
7000
Vodafonecz
Follow
Umělci měli vždy tu úžasnou vlastnost vidět...
Ahead of Time
1 user


6000
7000
Vodafonecz
Follow
Umělci měli vždy tu úžasnou vlastnost vidět...
Ahead of Time
1 user


Vodafonecz 18h
AHEAD OF TIME
When did Mařáková deal with issue of feminism?


VODAFONECZ
Posts
Follow
Soutěž s NGP

Thank youuuuuu