

Případová studie:

APF venture Capital_VERDANT

Be seen unit s.r.o.
IČ: 17408628
K Pasekám 2984/45
760 01 Zlín

Zlín - Patrik Macháč (producer) - 00420 605 436 699
Praha - Patrik Macháč (producer) - 00420 605 436 699 - gonna@beseenunit.com (CZ)
Praha - Marek Michalský (junior sales) - 00420 776 794 897 - michalsky@beseenunit.com (CZ, EN)

PŘÍPADOVÁ STUDIE: APF VENTURE CAPITAL_VERDANT

Nástin projektu

- a. úvod a kontext
- b. popis díla
- c. cíle projektu
- d. strategie a kreativní koncept
- e. realizace (Produkční proces)
- f. klíčové výzvy a řešení
- g. výsledky a dopad
- h. závěr a doporučení
- i. call to action

a. úvod a kontext

- Firma Verdant je investiční společnost zaměřená na podporu udržitelných projektů v oblasti evropského zemědělství a ochrany přírodního dědictví. Prostřednictvím svého fondu usiluje o dosažení pozitivních dopadů na životní prostředí i dlouhodobých výnosů pro investory.
- Pro propagaci svých inovativních produktů oslovila naše produkční studio s výzvou vytvořit poutavý reklamní spot během pouhých 14 dní. Tento krátký časový rámec vyžadoval maximální efektivitu a kreativitu, abychom splnili očekávání klienta a zároveň zachovali kvalitu odpovídající hodnotám Verdant.
- Spot vznikl ve dvou jazykových mutacích, přičemž v každé verzi jsme využili rodilé mluvčí. Pro optimalizaci načasování voice-overu byla použita nejmodernější technologie AI, která upravovala text na míru potřebám spotu. Dílo obsahuje prvky animace a složité technické kamerové pohyby, což podtrhlo jeho vizuální atraktivitu.

b. popis díla

Název díla: Verdant – Budoucnost udržitelných investic

Typ díla: Reklamní spoty na propagaci investičního fondu

Stručný popis: Spot vypráví příběh o propojení investic, přírody a lidí. Vizualizuje, jak prostřednictvím investičního fondu Verdant lze podpořit udržitelné projekty, které chrání evropské zemědělství a přinášejí dlouhodobé hodnoty. Kombinace působivých záběrů krajiny, usilovné práce, moderních technologií a emotivního sdělení zdůrazňuje závazek Verdant vůči investorům i planetě. Ve spotu investor sleduje své investice prostřednictvím pracovních procesů, které nakonec symbolicky vyústí v tradiční chléb s máslem a pažitkou, jakožto návrat hodnoty zpět.



c. cíle projektu

Primární cíl: Zvýšit podporu o fondu Verdant mezi kvalifikovanými investory a podpořit zájem o investice.

Sekundární cíle:

- Posílit vnímání Verdant jako lídra v oblasti udržitelných investic.
- Zvýšit návštěvnost webu o 25 %.
- Generovat zájem prostřednictvím sdílení a interakcí na sociálních sítích.

d. strategie a kreativní koncept:

Společně s marketingovou agenturou jsme vyvinuli koncept spotu, jež staví na emocionálním spojení mezi investory, přírodou a pozitivním dopadem investic. Vizuální stránka zdůrazňuje harmonii mezi přírodou, lidmi, investicemi a moderními řešeními. Kreativní sdělení: **„Investice, které mají smysl.“**

- Koncept zaměřen na emocionální spojení mezi majiteli a mazlíčky.
- Příběh o harmonickém soužití, kde fontána hraje důležitou roli.

Cílová skupina: Kvalifikovaní investoři s minimální investicí 100 000 €, hledající projekty s dlouhodobou návratností a pozitivním dopadem.

Účel: Přinést divákovi pozitivní emoce spojené s investicemi do půdy. Představit investování jako cestu k udržitelnému a smysluplnému zhodnocení kapitálu, které spojuje výnosnost s pozitivním dopadem na přírodu a společnost. Spot má vytvořit emocionální vazbu mezi cílovou skupinou a projekty, které reflektují hodnoty dlouhodobé návratnosti a harmonie mezi moderními technologiemi a ochranou přírody. Cílem je oslovit kvalifikované investory hledající více než jen zisk – hledají příležitosti, které zanechávají smysluplnou stopu.

e. realizace (produkční proces)

Stručný popis realizace: Spot byl vytvořen během pečlivě organizovaného procesu zahrnujícího důkladnou přípravu, jednodenní natáčení ve vybraných lokacích a intenzivní desetidenní postprodukcí, která zvýraznila vizuální i zvukové prvky. Díky profesionálnímu přístupu a flexibilitě jsme překonali nečekané výzvy a zajistili výsledek odrážející hodnoty projektu.

Detailní popis realizace: Produkční tým Be seen unit zajistil kompletní servis, který zahrnoval:

Preprodukce:

- Koncept a storyboard, natáčecí plán dokončen během prvních 3 dnů
- Během prvních tří dnů jsme připravili koncept, shootingboard, zajistili casting herců, maskérské a kostýmní zkoušky, provedli scouting lokací a uskutečnili režijní i technické zkoušky, čímž jsme položili pevný základ pro úspěšnou realizaci.
- Výběr autentických lokací reflektujících hodnoty Verdant.
- Spolupráce s profesionálním vedením pro realistické ztvárnění lidské práce.

Produkce:

- Natáčení probíhalo ve vybraných zemědělských oblastech v rámci jednoho dne. Za jeden natáčecí den jsme navštívili 4 filmové lokace v Praze a blízkém okolí.
- K neštěstí klienta nebyly zobrazená pole ještě připravena ke sklizni. Museli jsme využít náhradního řešení.

Postprodukce:

- postprodukce zabrala pouhých 10 dní a to včetně všech postprodukčních postupů i schvalovacích procesů
- Barevná korekce, která zdůraznila přírodní tóny a atmosféru.
- Grafika, která zvýrazňuje růst investic.
- Grafický přechod do obrazu telefonu
- Zvukový design s autentickými přírodními efekty, ruchy a emotivní hudbou.

Nasetováno:



f. klíčové výzvy a řešení

Striktní časový harmonogram: Díky detailnímu plánování a zkušenostem týmu byl projekt dokončen ve stanoveném termínu.

Striktní časový harmonogram: Díky pravidelným konzultacím a využití online prostředí pro předávání materiálů pro schvalování proběhla produkce hladce.

Animace produktu:



Animace produktu:



g. výsledky a dopad

→ Kampaň dosáhla vynikajících výsledků a překonala stanovené cíle:

Návštěvnost webu: Zvýšení o 25 % během prvních tří týdnů po spuštění kampaně.

Zájem o fond: 15 nových kvalifikovaných investorů během prvního měsíce.

→ Marketingová agentura zaznamenala pozitivní ohlasy od zákazníků, kteří oceňovali především srozumitelné sdělení spotu a jeho emocionální dopad.

Článek o Verdant:

<https://pr.denik.cz/doporucujeme/verdant-investice-do-ceske-pudy-vytvari-hodnotu-pro-budouci-generace-20241118.html>

Příklad recenze:



h. Závěr a doporučení

- Projekt prokázal, že i během krátkého časového období lze vytvořit efektivní kampaň, která reflektuje hodnoty Verdant a osloví cílovou skupinu.

Co se povedlo:

- Vysoká úroveň autenticity a vizuální atraktivity spotu.
- Jasná komunikace klíčových hodnot Verdant.
- Vytvoření 2 spotů, dvě jazykové mutace a doprovodné fotografie

Co by šlo zlepšit:

- Pro budoucí projekty doporučujeme více času na detailní přípravu preprodukce a širší záběr příběhové linie.

Závěrečný packshot:



i. Call to action: Vytvořte s námi úspěšnou videokampaň

- Chcete vytvořit působivý videospot, který podpoří vaši značku nebo projekt? Nečekejte déle! Kontaktujte nás ještě dnes a společně vytvoříme kampaň, která zaujme vaši cílovou skupinu a přinese reálné výsledky..
- Od konceptu až po finální produkci – Be seen unit Vám zajistí kompletní servis v oblasti video tvorby. Kontaktujte nás pro více informací.

Online spot Verdant EN:

<https://youtu.be/92-94CsBgKY>

Online spot Verdant CZ:

<https://youtu.be/3ORBeSCP3BY>





www.beseenunit.com



Patrik Macháč
-producer-
605 436 699

VCard:



Marek Michalsý
-sales manager-
776 794 897

VCard:



Bud'te unikátní, svěřte svou prezentaci do našich rukou.