

Případová studie: APF venture Capital_VERDANT

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

Zlín - Praha - Patrik Macháček (producer) - 00420 605 436 699 - gonna@beseenunit.com (CZ)

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. Vizualní 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/doporuujeme/verdant-investice-do-ceske-pudy-vytvari-hodnotu-pro-budouci-generace-20241118.html>

Příklad recenze:



The screenshot shows a web browser displaying a news article on the denik.cz website. The article title is "VERDANT: investice do české půdy vytváří hodnotu pro budoucí generace" (VERDANT: investment in Czech soil creates value for future generations). The article is categorized as a "Komerční sdělení" (Commercial communication) and is dated 18. 11. 2024. The main image shows a person's hand holding a smartphone displaying the Verdant logo, with a plate of food and a glass of water on a table in the background. The website header includes navigation links like "Zprávy", "Sport", "Podnikání", and "Magazín". There are also promotional banners for "Darujte deník" (Donate newspaper) and "Abec LEDEN" (Abec Leden digital subscription).

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

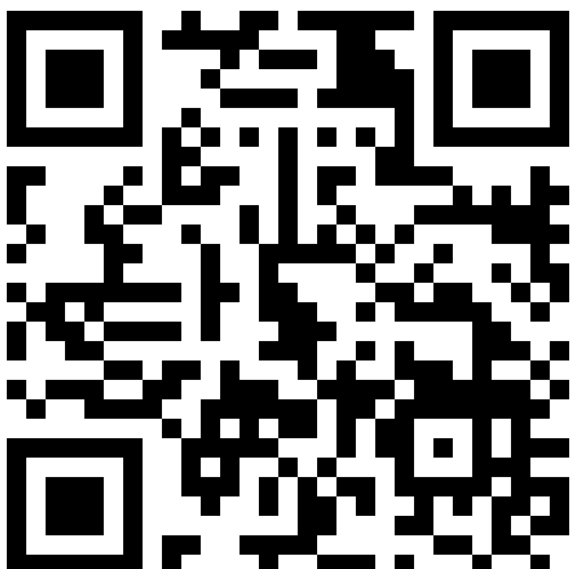
- Chcete vytvořit působivý videospot, který podpoří vaši značku nebo projekt? Nečekejte déle! Kontaktujte nás ještě dnes a společně vytvoříme kampaň, která zaujme vaši cílovou skupinu a přinese reálné výsledky..
- Od konceptu až po finální produkci – Be seen unit Vám zajistí kompletní servis v oblasti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



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