

FOUR
CREATION



ION

FOUR CREATION
Ügynökségi bemutatkozó

A portrait of Honti Tamás, a man with reddish-blonde hair and a beard, wearing a dark blue patterned blazer over a blue V-neck shirt. He is looking directly at the camera with a slight smile.

Honti Tamás
KREATÍV VEZETŐ

A portrait of Szántó Gergely, a man with short dark hair, wearing a white shirt with a dark floral pattern. He is looking directly at the camera with a slight smile.

Szántó Gergely
MŰVÉSZETI VEZETŐ

Az alábbi listában összegyűjtöttük kedvenc munkáinkat, amelyekre a legbüszkébbek vagyunk Gerivel a művészeti vezetővel. Ő felel a grafikai megvalósításért és a vizuális ötletekért, én pedig a kommunikációs rendszerek felépítésért, kampányötletekért és szövegírásért. Szeretjük a rendhagyó problémákat, a különleges iparágakat és az

egyedi megoldásokat. Magyarországon jelenleg nem mi vagyunk a legjobb reklámügynökség, de teljesen biztos, hogy mi leszünk. Remélem, nemsokára személyesen is találkozunk és pár hónap múlva a Te márkáddal frissítjük legjobb munkáink listáját!

Honti Tamás

4C MUNKAMÓDSZER

Minden ügyfél és minden probléma különböző

munkafolyamatunkat ennek megfelelően alakítottuk ki.

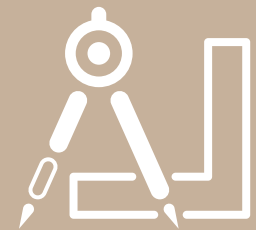
Munkánkat általában kutatással kezdjük, ahol a fogyasztói attitűdöket, szokásokat és az adott márka értékeit vizsgáljuk meg a piacon.



A megegyezés után egyből belevágunk a közös munkába a következő mérföldkövekre építve.



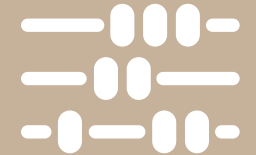
A kutatás eredményeire alapozva építjük fel a kommunikációs rendszert, a kampányokat és az üzeneteinket.



A folyamatos kommunikáció teremti meg az alaphangot. Célja a folyamatos kapcsolatépítés a vevőkkel és a potenciális vásárlókkal.



A kampány eltér a folyamatos kommunikációtól, mert itt egy intenzív időszak alatt növeljük a márka ismertségét, formáljuk az imázsát és buzdítjuk vásárlásra a fogyasztókat.



Saját analitikai módszertanunkra alapozva felállítunk egy egyedi KPI rendszert, ahol törekszünk a márka céljainak és a munkánk eredményességének a lehető legpontosabb mérésére.

AMIBEN JÓK VAGYUNK

avagy mivel foglalkozunk?



KAMPÁNYOK



KÜLÖNLEGES
SOCIAL
MEGOLDÁSOK



VIDEÓ /
REKLÁMFILM



SAJÁT
FOTÓZÁS



PR / SAJTÓ-
KAPCSOLAT



DIRECT
MAIL



PRINT
MUNKÁK



KUTATÁS

INTEGRÁLT KAMPÁNYOK

Egy kampány nem attól jó, hogy sokba kerül.

Az eredmény a stratégián múlik.

PR KAMPÁNY

Narke - Termékbevezetési kampány

PROBLÉMA

A Narke a világ első electrojetje, amely teljes egészében magyar fejlesztés a tervezéstől a gyártáson át az értékesítésig. A Narke-t azonban el kell választani a jelenlegi kínálattól, hiszen egy olyan új vízi jármű kategóriát képvisel, amely előtte nem létezett. Környezetbarát, gyors, halkabb és kifinomultabb designnal rendelkezik, mint benzines társai.

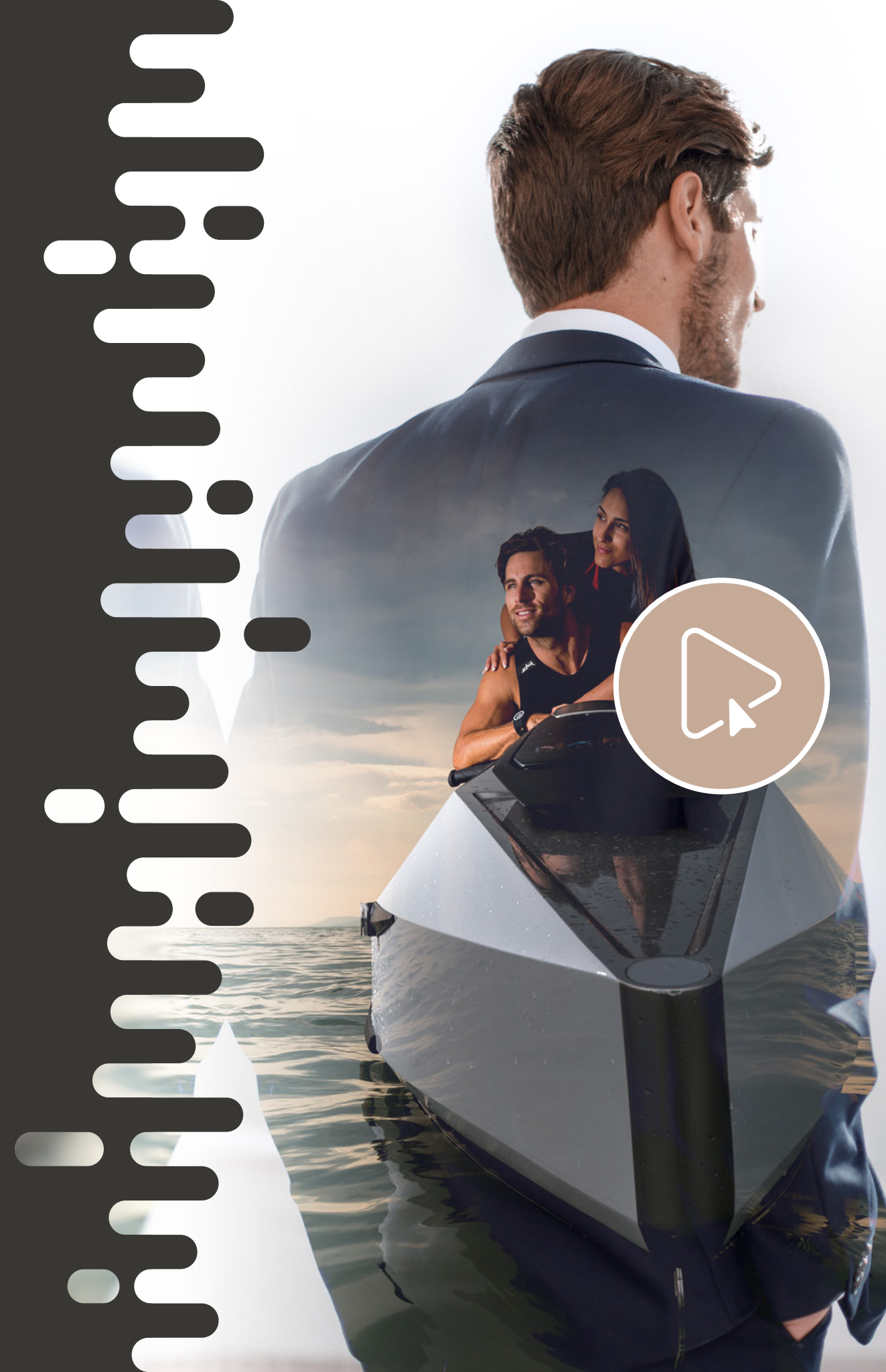
INSIGHT ÉS MEGOLDÁS

A pozicionálás során létrehoztunk egy új kifejezést, egy új kategóriát, az electrojetet, melynek a vezetője a Narke. Markáns márkaszemélyiséget alkottunk, amely szerint ez nem a harsány emberek márkája. Nem azoké, akiknek hangosan kell beszélniük, hogy rájuk figyeljenek. A Narke tulajdonosok győztesnek születtek és minden játékot elegánsan nyernek meg. Szlogen: Az erőt nem decibelben mérik

EREDMÉNYEK

Bevezető reklámfilmünk **128 ezer** embert ért el (további, kb. **50 ezer** embert más oldalak átvételében) és **89 db** sajtómegjelenést generáltunk 2018-ban.

You don't have to be loud
to get attention.

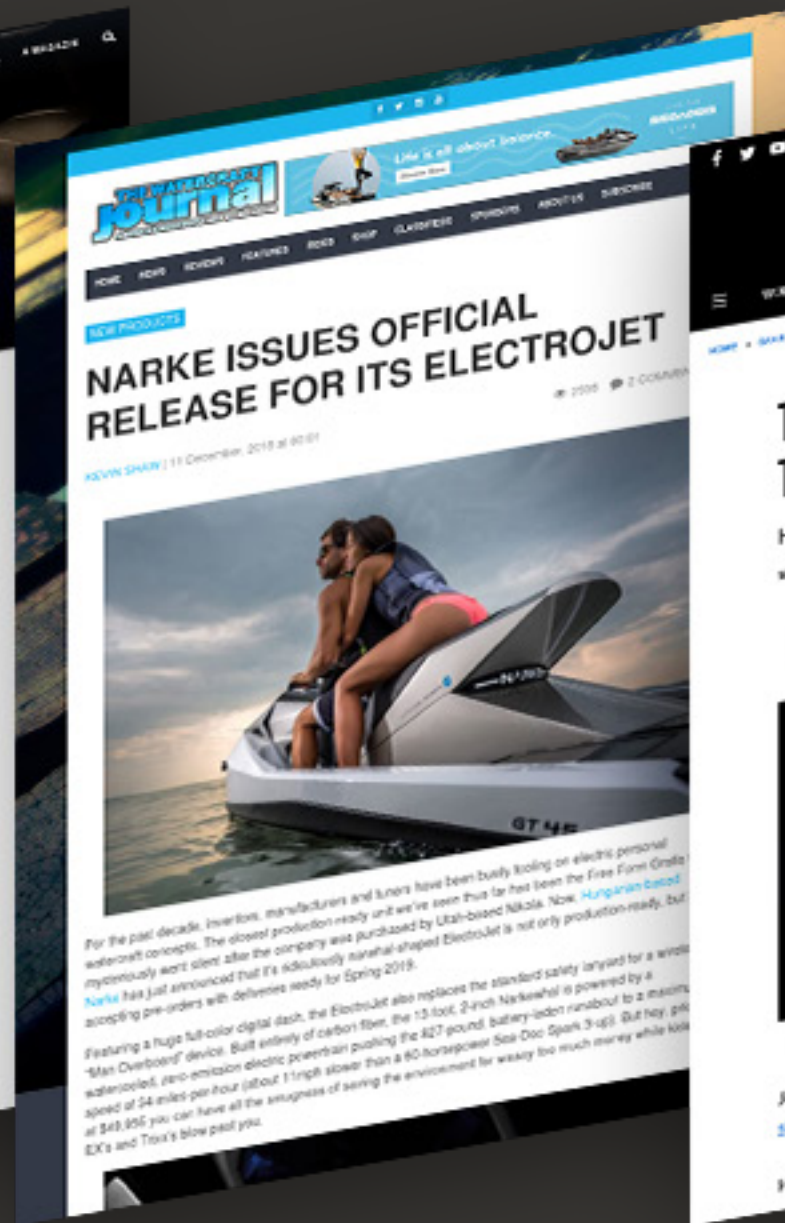


SAJTÓKAPCSOLAT

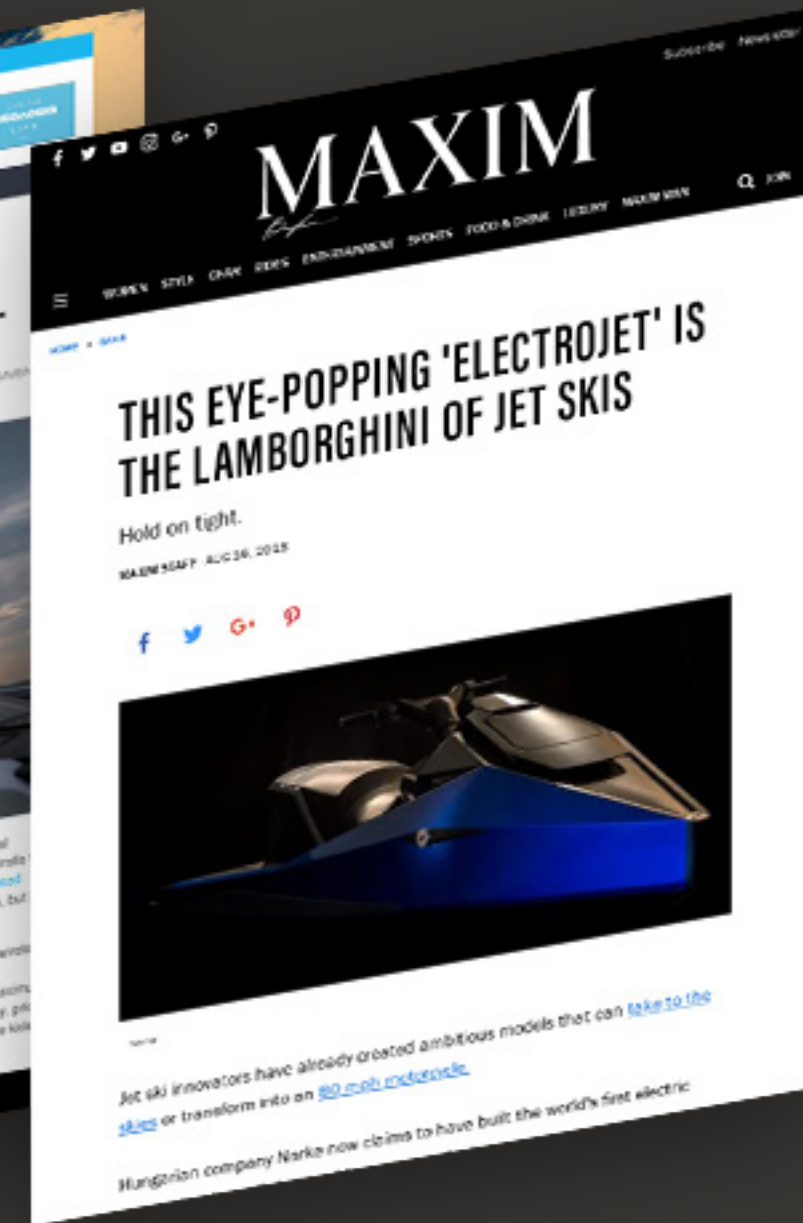
Narke - hazai és nemzetközi hírgenerálás



Forbes



Watercraft Journal



Maxim

MÁRKANAGYKÖVET KAMPÁNY

SZTE Specialisták – Hallgatói forródrót

PROBLÉMA

A felsőoktatásba jelentkezők februárban leadták a választott szakjaikat, azonban minden évben júliusig lehetőség van módosítani azok sorrendjén. A felvételizők tömegéből azonban nehéz kiszűrni azokat a hallgatókat, akik nem az SZTE-t jelölték első helyre, különösen az érettségi után, amikor a végzősök mindenre szívesen figyelnek, csak a lezárt egyetemi jelentkezésükre nem.

INSIGHT ÉS MEGOLDÁS

A bizonytalanok segítségére összehívtuk a Specialistákat: ők ma már az SZTE kiemelkedő hallgatói, de annak idején ők is az utolsó pillanatban döntöttek el, hogy melyik egyetemre jelentkeznek. A Specialisták két felületen is elérhetőek voltak: minden kar számára egy külön Facebook csoportot hoztunk létre, ahol szabadon lehetett kérdezni jelenlegi hallgatóktól. Emellett létrehoztunk egy vezetékes telefonvonalat, ami egy Specialista mobilszámát kapcsolta – még akkor is, ha ő a könyvtárban tanult, a kocsmában csocsózott vagy éppen egy vizsgáról sétált ki.

EREDMÉNYEK

368.784 Facebook elérés egy hónap alatt

6.897 reakció és 3.193 komment 12 Facebook csoportban egy hónap alatt

212 telefonhívás másfél hét alatt



*SZTE-s vagyok,
kérdézz bármit!*



MÁRKANAGYKÖVET KAMPÁNY

SZTE Specialisták - Hallgatói forródrót



Facebook

Instagram

Sajtómegjelenés

AUTOMATIZÁLT TARTALOM

SZTE Online konzultáció - Chatbot

PROBLÉMA

Szeged egy megfizethető, kulturális szempontból pezsgő és barátságos város, míg az SZTE-n nemzetközileg elismert diplomát lehet szerezni, úgy, hogy az oktatók foglalkoznak veled és nem csak egy Neptun kód vagy az adatbázisban. Ezen előnyökkel együtt azonban az SZTE nem rendelkezik olyan hiteles és releváns megkülönböztető jellemzővel, amire egy kampányt építeni tudunk.

INSIGHT ÉS MEGOLDÁS

Berci, az SZTE Mentrollház fiktív lakója, mint hallgató, aki a lehető legtöbbet tud a szegedi egyetemi életről. Létrehoztuk BerciBotot, így a felvételizők arról a témáról tudtak vele beszélgetni Messengeren, ami számukra a legfontosabb volt. Az SZTE előnyeinek összefoglalása után a potenciális hallgató már szinte tényként kezelte, hogy Szegeden a legjobb egyetemistának lenni.

EREDMÉNYEK

298.665 organikusan elért Facebook felhasználó

6.327 Facebook interakció

31.134 web látogatás egy hónap alatt

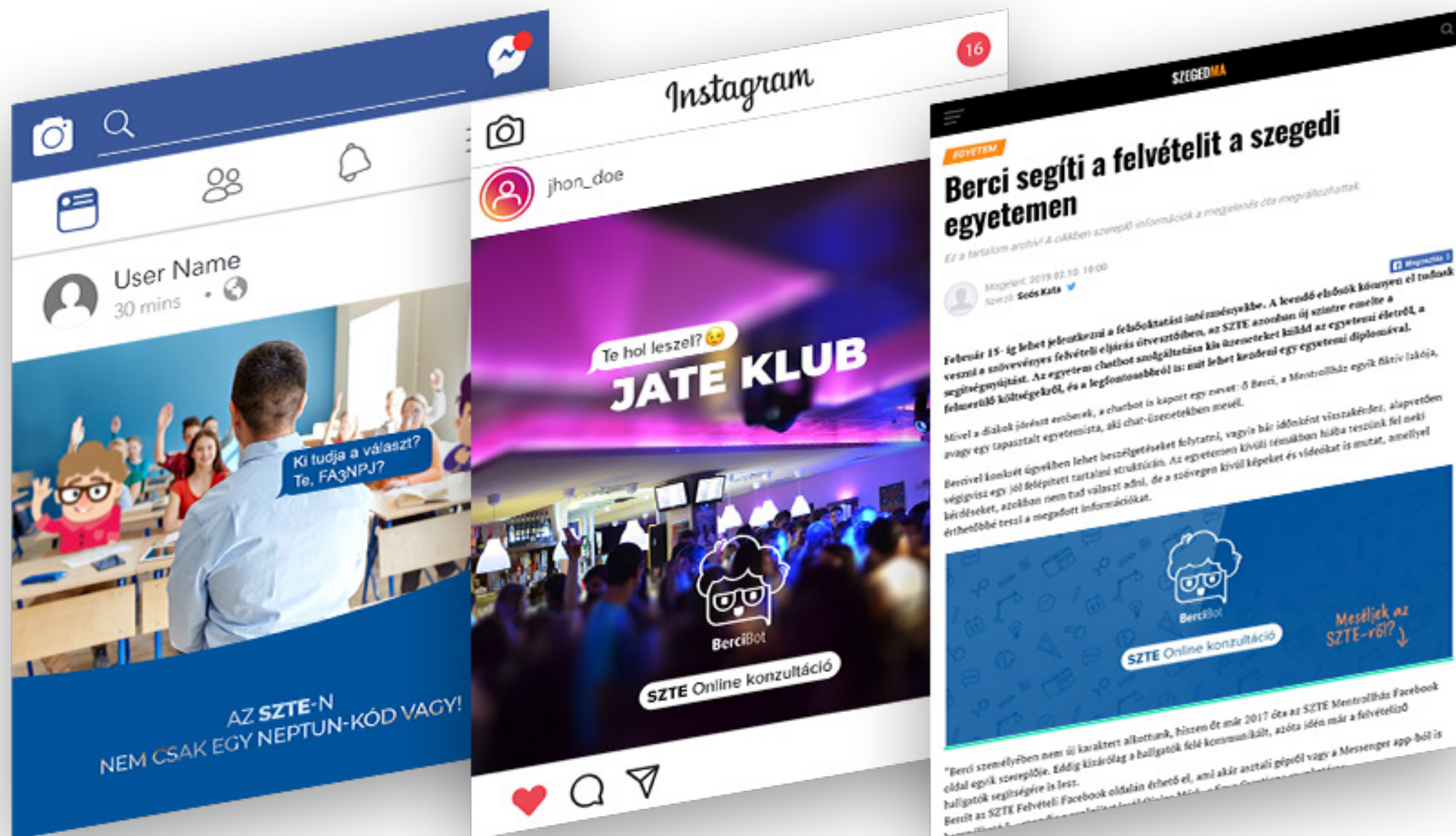


BerciBot

SZTE Online konzultáció

AUTOMATIZÁLT TARTALOM

SZTE Online konzultáció - Közösségi média és sajtókezelés



Facebook

Instagram

Sajtómegjelenés

VIRÁLIS TARTALOM

SZTE Online konzultáció – Könyvtári „koncert”

PROBLÉMA

A Szegedi Tudományegyetem számára a 2019-es felvételi kampány során újszerű formátummal szeretnénk volna bemutatni a szegedi hallgatók életének központját, a világ egyik legszebb könyvtárának választott Klebelsberg Könyvtárát.

INSIGHT ÉS MEGOLDÁS

Egy könyvtárban egyetlen dolog tilos: a hangoskodás. Ezt a tabut meg kellett döntenünk.

EREDMÉNYEK

A videó organikusan **340 903 felhasználót** és **58 322 engagementet** ért el, emellett **17 db média megjelenést** generált.



Különleges

KÖZÖSSÉGI MÉDIA

megoldások

SAJÁT FOTÓZÁSOK

Instagram

A tartalmak előállításához kültéri és stúdió fotózásokat tartunk. Több mint egy tucat fotóssal dolgozunk együtt, akiket a különböző típusú fotózásokra (portrék, modellek, termékfotók, szuperközeliek, stb.) kérünk fel és a fotózás előtt közösen találjuk ki a fotók képi világát.



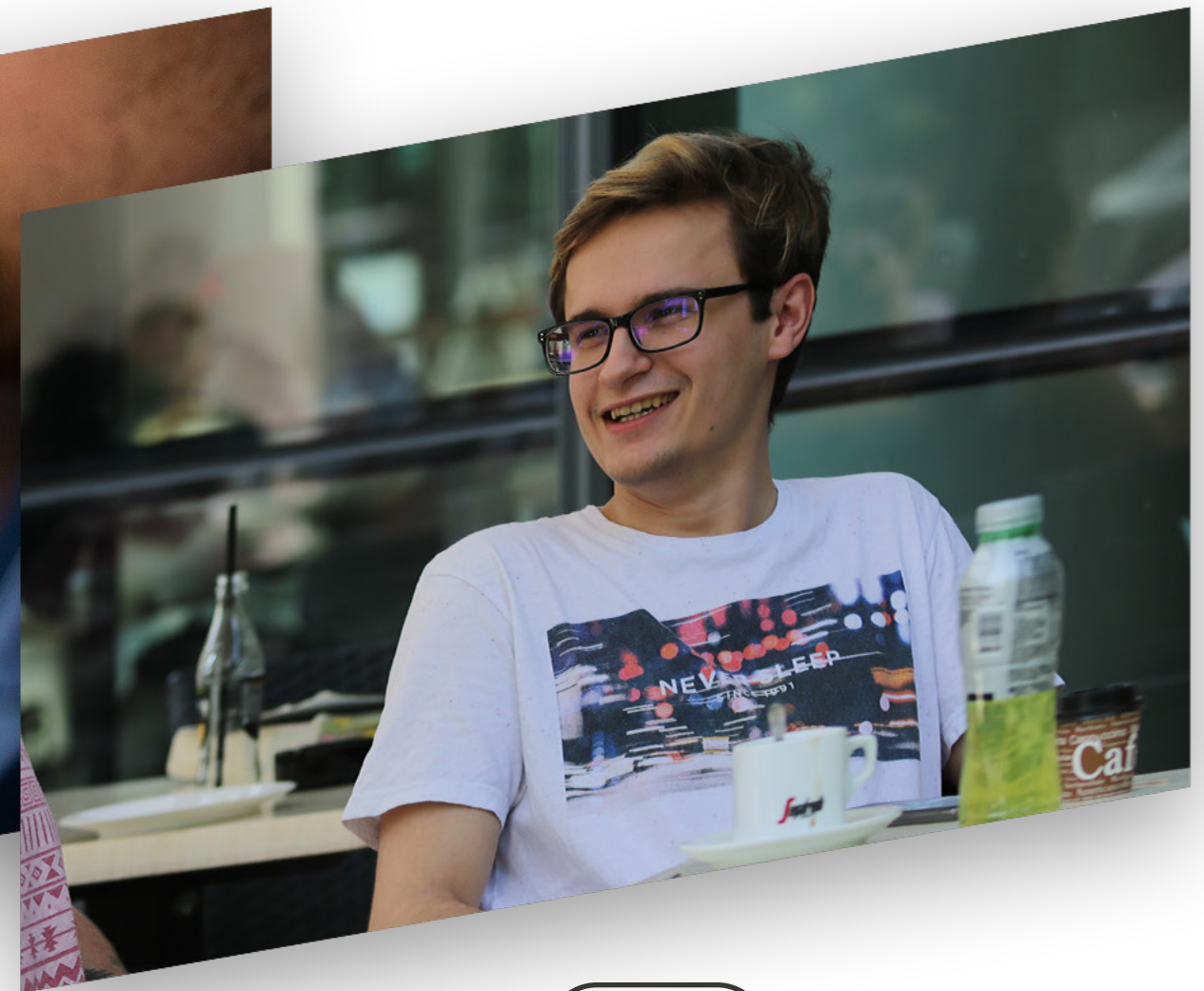
Laag & Hill

Ruha



Diamond

Óra, ékszer



SZTE

Portré

PLÜSSFIGURÁK

Borbáth Fogászat - Kézzelfogható social tartalom

A Borbáth Fogászat filozófiája, hogy a fogorvosi rendelő nem feltétlenül kell, hogy ijesztő hely legyen. Gyermekfogászati részlegük megnyitásakor a fő célunk az volt, hogy a legfiatalabbak félelmét csökkentsük és minél barátságosabbá varázsoljuk a rendelőt. Egyedi tervezésű plüss figuráink segítségével fotó és grafikai elemeket ötvöző posztsorozatot készítettünk. A szórakoztató tartalmak a felnőtteknek szóltak, de a rendelőben kihelyezett plüssök a gyermekek számára tették barátságos helyé a fogászatot.



HAGYOMÁNYOS MEGOLDÁSOK

AZ ÚJ MÉDIÁBAN

Akvarell festés

Szeretjük az egyedi megoldásokat, ahol a klasszikus, rajzos illusztrációt keverhetjük az online eszközökkel. Ilyen a Laag&Hill üzlethálózat számára, a Harmont&Blaine márkához készített régióspecifikus posztsorozat, amely során akvarell technikával örökítettük meg Budapest, Pécs, Debrecen és Szeged nevezetességeit.



PLATFORMSPECIFIKUS MEGOLDÁS

SZTE GTK – Snapchat valóságshow

Szívesen kipróbáljuk a legújabb social felületeket kampányainkban. 2016-ban a Snapchat app berobbanásakor a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karának készítettünk Snapchat fiókot, ahol erre a célra castingolt nagykövetek segítségével mutattuk be az egyetemisták mindennapjait.



CÉLCSOPORTSPECIFIKUS

MEGOLDÁS

SZTE Mentrollház - Edukáció mémekkel

PROBLÉMA

A lemorzsolódás csökkentése, vagyis olyan hallgatók edukálása az első évfolyamban, akik veszélyeztetettek az egyetem folytatása szempontjából:

- Kevés vagy abszolút nincsenek szociális kapcsolataik
- Tájékozatlanok
- Nincsenek meg a megfelelő kompetenciáik stb.

INSIGHT ÉS MEGOLDÁS

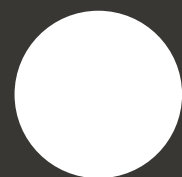
Az egyetemi hivatalos kommunikáció gyakran „száraz”, emiatt fontos információk nem jutnak el a hallgatókhoz. A legnépszerűbb online szórakoztató formátum, az internetes mémek segítségével végeztünk edukációs tevékenységet. Létrehoztuk a Mentrollház nevű oldalt, és annak két lakóját, Bercit és Tillát, akik a lemorzsolódás elleni küzdelem „élharcosai” lettek.

EREDMÉNYEK

Az oldal tevékenységéből kiemelkedik a 2018 tavaszi SZTE-s példaképekkel és influencerekkel való motivációs videók. Magyarósi Csabával, az egyik leghíresebb magyar youtuberrel készített videó organikusan **15.818 felhasználót** és **2.720 engagementet** ért el.



Rendhagyó



SZÓRÓANYAGOK

REJTETT ÜZENETEK

SZTE Mentrollház - Motivációs kártyák

Az egyetemi vizsgaidőszak során a könyvtárban összesen 200 db kártyát rejtettünk el a könyvekben véletlenszerűen, melyek egyik oldalára humoros és motiváló illusztrációk kerültek, a másikra pedig egy teleírható felület, melyen motiváló tanácsokat hagyhatott a kártyára bukkanó hallgató a következő megtalálónak. A kampányban a felhasználók által generált tartalmak segítségével növeltük az oldal ismertségét.

A kampány sikerességének visszamérése különleges kihívást jelentett, hiszen nem tudhattuk, hogy hány kártyát találnak meg, és milyen könyvekbe rakják őket vissza. A mérhetőség érdekében 200-ból 40 kártya kávékupon volt, melyet a könyvtár kávézójában válthattak be a szerencsés megtalálók. A kampány indítása után három héttel már több mint a felét, fél év elteltével pedig az összes kávékupont beváltották.



INTERAKTÍV SZÓRÓLAP

Meló Depó - Kaparós flyer

A Meló Depó megbízásából egyetemistáknak és alacsony jövedelemmel rendelkező alkalmi munkásoknak hirdettünk munkalehetőséget a Szegedi Közlekedési Társasághoz egy egyedi szórólap segítségével. A jelentkezőknek tömegközlekedési eszközökön kellett forgalomszámlálást végeznie. A szórólap dizájnelemei részben kapcsolódtak a munkakörhöz, részben pedig egy olyan kaparós sorsjegyet idéztek meg, amin a lekapható felület alatt utasokat kellett összeszámolni. Célunk a figyelemfelkeltés volt a sorsjegyekre jellemző stílus és játékosság segítségével.



DIRECT MAIL

Laag & Hill - Viaszpecsétetes boríték

A lojalitásprogram kialakítása után a karácsonyi kedvezményes időszakban a leghűségesebb vásárlók számára egy exkluzív akciót tartalmazó levelet küldtünk ki postai úton. Hiszünk az olyan klasszikus marketing eszközökben, mint a direct mail, ha azt ötletesen és márkához illeszkedően lehet használni. Ebben az esetben egy vintage stílusú, speciális borítékba helyeztünk egy klasszikus print levelet, melyet Laag & Hill logó formájú viaszpecséttel láttunk el.



MARKETINGKUTATÁS

```
graph TD; A[MARKETINGKUTATÁS] --> B[Kvalitatív]; A --> C[Kvantitatív];
```

Kvalitatív

Kvantitatív



HERZ FÓKUSZCSOPORTOS KUTATÁS:

Újrapirozicionáláshoz és új termékbevezetéshez kötődő fókuszcsoportos kutatások az ország különböző pontjain.



ROZMÁR SZAKÉRTŐI MÉLYINTERJÚK:

Márkaérték kutatás, amelynek eredményét a stratégiaalkotási folyamat során használtuk fel.



SZARVASI TELJESKÖRŰ KUTATÁS:

Az újrapirozicionálás érdekében átfogó kutatást készítettünk különböző módszereket ötvözve. Online kérdőíves megkérdezés, szakértői mélyinterjúk és fókuszcsoportos kutatások segítségével alapoztuk meg a stratégiát.

A portrait of Farkas Tamás, a young man with dark hair, smiling, wearing a light blue button-down shirt. The background is a textured brick wall.

Farkas Tamás
STRATÉGIAI VEZETŐ

A portrait of Olajos Márk, a man with dark hair and a beard, smiling, wearing a light blue button-down shirt. The background is a textured brick wall.

Olajos Márk
ÜGYVEZETŐ

A végtelenségig tudnánk folytatni azoknak a munkáknak a bemutatását, amikre büszkék vagyunk, ha más projektjeink is érdekelnek, szívesen mesélünk még róluk személyesen. Mi vagyunk Tamással azok, akikkel az első megbeszéléseken találkozni fogsz, a mi célunk és feladatunk az, hogy pontosan megértsük az

üzleti céljaid és azt a kreatívok „nyelvére” lefordítsuk. A következő oldalon megtalálod mindkettőnk elérhetőségét, bármelyikünket keresheted e-mailben és telefonon is.

Olajos Márk



ELÉRHETŐSÉGEK

web

fourcreation.hu

email

hello@fourcreation.hu

facebook

fb.com/fourcreation.hu

instagram

instagr.am/fourcreation

OLAJOS MÁRK

tel

+36 70 943 6245

email

mark@fourcreation.hu

FARKAS TAMÁS

tel

+36 30 907 8548

email

tamas.farkas@fourcreation.hu