



CELOROČNÍ SPRÁVA
A TVORBA UNIKÁTNÍHO OBSAHU



6 852 132
dosah

13
výstav

60 984
návštěvníků

POPIS PROJEKTU

Celoroční správa a tvorba unikátního obsahu. Pro AJG jsme vymysleli strategii, rozdělili mezi výstavy počet výstupů. Orientujeme se převážně na videocontent, který vytváříme přímo na míru výstavám. Jako pre-promo tvoříme videa z ateliérů umělců, případně z jejich vlastních prostor, kde popisují, proč výstavu navštívit a jaká je jejich vize. Dále jsme pak u příprav a zajištění pracujeme i s contentem z výstav. Doplnujeme je o rozhovory s hosty a známými osobnostmi. Vše se odehrává na Instagramu, Stories a Facebooku. V roce 2023 máme v plánu vstoupit na TikTok, právě tvoříme koncept.

Celoroční kampaň si zaslouží ocenění, protože je kontinuální, dodržuje aktuální trendy propagace a je založená na vlastním unikátním obsahu. V kampani se precizně pracuje s publikem a následným remarketingem. Obsah v takové kvalitě a množství s jasnou strategií nemá v kulturní oblasti obdobu a AJG je v této sféře unicornem, který udává galerijní trend propagace.

JAK JSME TO UDĚLALI

Natáčíme unikátní videa, moderním stylem, která jsou doplněna rozhovory a niternými pocity nejen vystavovatelů, ale také hostů galerie. Každá výstava má svůj vlastní plán natáčení a focení. Obsah natáčíme 9:16, tudíž na výšku, abychom obsadili v mobilních zařízeních co nejvíce prostoru a drželi tím trend. Ke každému videu vznikají sady stories, která jsou kombinovaná i s fotografií.

NA KOHO JSME CÍLILI A JAK

V kampani pracujeme se širokým publikem. Pečlivě ho selektujeme, rozdělujeme do podskupin a máme jasně danou strategii remarketingu. Cílová skupina je kdokoliv, kdo viděl určitý zlomek našeho obsahu. Poté dostává dle svých preferencí a zájmů další obsah s konečným proklíkem na vstupenky. Původní publikum, které jsme nabrali kampaní "Chodit na umění není umění" a následnou výstavou Maleviče, stále doplňujeme a intenzivně s ním pracujeme.

CO SE ZLEPŠILO

V měření nás zajímá dosah videí, dosah remarketingu a následných prokliků na webovou stránku. Nově máme předprodej přímo na našich stránkách, a proto je pro nás dalším měřítkem nákup vstupenek na stránce. Zvolili jsme nově goout.cz, který je příjemný pro návštěvníky a přes který je odbavení vstupenek snadné, rychlé a plně responzivní.

KOLIK TO STÁLO

Unikátní dosah za rok 2022 dosáhl čísla 6 852 132, ve všech prostorách AJG bylo za minulý rok 13 výstav. Návštěvnost čítala 60 984 platících osob. Spend na sociálních sítích za celý rok byl 385 000 Kč. Kompletní strategie, správa, copy, natáčení a postprodukce vyšla na 550 000 Kč za celý rok. Na projektu pracuje 6 lidí.

Všechna videa ZDE

