UNIVERSUM 8

INTERAKTÍV MARKETING

MI VAGYUNK AZ UNIVERSUM 8

Az élmények olyan eszközök, amelyek aktivizálják és gazdagítják is az embereket. A szórakozás közösségeket épít és tart össze, ezzel teszi tartalmasabbá a mindennapjainkat.

Ezzel a hittel és céllal alakult meg az Universum 8, és ez vezérel minket minden projektünk során a HR aktivitások támogatásától a közösségi és sales projekteken keresztül a reklámfilmek és komplex kommunikációs kampányok megvalósításáig.

UNIVERSUM8.COM

Tischler Márk
Vezérigazgató
Universum 8

MARKETING, SALES ÉS HR KIHÍVÁSOKRA FEJLESZTÜNK FORMABONTÓ, KREATÍV MEGOLDÁSOKAT

KREATÍV ÜGYNÖKSÉG VAGYUNK, SAJÁT STÚDIÓVAL ÉS PRODUKCIÓS CSAPATTAL, HAGYOMÁNYOS ÉS GAMIFIKÁLT FEJLESZTÉSI MEGOLDÁSOKKAL.

ÉLMÉNYALAPÚ RENDEZVÉNYEKKEL, TARTALOMBA ÁGYAZOTT PROMÓCIÓS KONCEPCIÓKKAL HATÉKONY KAMPÁNYOKAT SZÁLLÍTUNK KLASSZIKUS KOMMUNIKÁCIÓS ÉS HR MARKETING TERÜLETEKRE.

SHOWREEL

INTERAKTÍV MARKETING

IGAZI ERŐSSÉGÜNK A LEGÚJABB KÖZÖSSÉGI, VIDEÓS ÉS KOMMUNIKÁCIÓS PLATFORMOK ELŐNYEINEK FELTÉRKÉPEZÉSE ÉS KIAKNÁZÁSA, DE ISMERJÜK ÉS HASZNÁLJUK A HAGYOMÁNYOS, ILLETVE DIGITÁLIS MÉDIA CSATORNÁKAT. INTERAKTÍV, AKTIVIZÁLÓ TARTALMAKKAL TÖLTJÜK MEG AZ OFFLINE, ONLINE ÉS HIBRID ESEMÉNYEKET IS. TELJESKÖRŰEN TERVEZÜNK, SZERVEZÜNK, MENEDZSELÜNK, VISSZAMÉRÜNK.

INTERAKTÍV MARKETING

KAMPÁNYTERVEZÉS ÉS MEGVALÓSÍTÁS

Specialitásunk a klasszikus vagy innovatív platformmegoldások, és az adatvezérelt vagy tartalomfókuszú kommunikáció. Legyen szó akár márkaismerrtségről, akár sales támogató kampányokról, a tervezéstől a megvalósításig nyitottan és kreatív gondolkodással vágunk bele a kommunikációs projektekbe.

INFLUENCER PROMÓCIÓ ÉS PR

Tervezhető és ellenőrizhető hatékonysággal juttatjuk el üzeneteid a célcsoporthoz a tartalomgyártók, online véleményvezérek, vagy éppen releváns médiumok bevonásával, évek alatt felépített statisztikai adatbázisunkra támaszkodva, adatvezérelten megtervezve.

MARKETINGSTRATÉGIA

Termékbevezetésre, piacra lépésre, üzletági stratégia megújítására készülsz? Ha egy-egy kampány szintjén túlmutató megoldásokra van szükséged, mi akkor sem ijedünk meg.
A kutatástól a piacelemzésen át a közép- és hosszú távú komplex stratégiákig mi minden kihívásra készen állunk.

HOL VAN A CÉLCSOPORT?

KIK ŐK?

A mi specialitásunk a cordcutting trendben leginkább felülreprezentált generáció, a 19-39 éves, városi célközönség. Ők azok, akiket a hagyományos médiakampányok nehezen érnek el, akiket a legnagyobb kihívás aktivizálni. Sok szempontból ők a médiafogyasztás jövője, a piaci trendek leginkább rájuk épülnek és tőlük indulnak.

HOL ÉS HOGYAN?

A nyitottságunk az erősségünk, hiszünk abban, hogy a célcsoportot ott kell elérni, ahol amúgy is jelen van. Ezért folyamatosan fedezzük fel az újabb és újabb feltörekvő platformokat, szélesítjük a portfóliónkat horizontálisan (széles médiamix) és vertikálisan is (tartalmak és megoldások, best practice-ek). Az új és a hagyományos csatornák kombinációján megvalósult kampányok nem csak hozzáférést adnak a célcsoporthoz, de több szinten segítenek aktivizálni is tagjait.

TIPP: Kiemelten használjuk a **Twitch** és a **YouTube** csatornáit, mert tartalomfogyasztás szintjén, főként eltöltött időben erős versenyt képviselnek a klasszikus csatornákkal. Sőt, vannak paraméterek amiben hatékonyabbak is, például a Twitch-nél a legmagasabb a Video Completion Rate. Rendszeresen használjuk az elérésben brutális **TikTok**-ot, illetve a feltörekvő podcast műfajt és annak platformjait (pl. **Spotify**).

KÖZÖSSÉGEK EREJE

2023-ben egy sikeres termék, szolgáltatás vagy esemény nem csak hogy beépíti a kommunikációjába a közösségi platformokat, de ezekre kell, hogy alapozza azt. A saját identitásához illő közeget és hangvételt megtalálva az organikus és kiemelt tartalmak kombinációját optimálisan használva olyan direkt kapcsolat és kötődés építhető fel, amely korábban csak nagyságrendekkel nagyobb média erőforrások felhasználásával volt lehetséges.

Van azonban a közösségekre épített kommunikációban kihívás is:

- Elkötelezettséget és hosszú távú tervezést igényel. Aki rövid távon gondolkodik az jellemzően közösségi promóciót tervez, nem közösségépítést.

- A promóción túl is értéket és önállóan fogyasztható tartalmat kell kreálni, összhangban a márka és az üzenetek minőségével. Ez tartja egyben és növeli organikusan a közösséget és ez teremt olyan követőt, akit hosszú távon aktivizálhatunk.

FORMÁHOZ A TARTALOM, TARTALOMHOZ A FORMA

Sok márka számára az az egyik legnagyobb kihívás, hogy meghatározza a platformot amin jelen szeretne lenni és megértse, hogy milyen tartalom és milyen formátum az amin keresztül hatékony és vonzó lesz, ami által valódi közösséget szerezhet.

Aki mindenhol jelen akar lenni annak hatalmas erőforrásokat kell megmozgatni vagy pontosan abba a csapdába esik, hogy sehol nem lesz ott igazán.
Fontos, hogy határozzunk meg elsődleges és másodlagos platformokat és ennek mentén alakítsuk ki a tartalomstratégiát. Nem ugyanazt és nem ugyanúgy mondjuk a LinkedIn-en, az Instagram-on vagy éppen a TikTok-on. A megfelelő “csatornák” kiválasztására és a tartalomstratégia megtervezésére sokszínű projekteken edződött kommunikációs csapatunk, valamint házon belüli gyártó és kreatív szakértőink vezetik végig partnereinket.

Saját stúdiónk pedig kifejezetten az új generációs, digitális tartalom trendek igényeit szem előtt tartva épült, így alkalmas szinte bármilyen platformra optimalizált gyártásra, gyorsan és sokrétűen, legyen szó fotós, videos, podcast vagy éppen élő tartalmak létrehozásáról.

NEM CSAK ELÉRNI KELL, MEGGYŐZNI IS

A megfelelő helyen elhelyezett üzenet, még akkor is, ha a tartalom jó és önállóan is megállja a helyét, a beszélő (márka) személye miatt reklámként csapódhat le. Extra értékajánlatot, egy külső, megbízható hangot kell mellé tenni, hogy valóban, minden szinten elérje célját.

VÉLEMÉNYIRÁNYÍTÁS: INFLUENCEREK

Szinte minden célcsoportnak megvannak a maga influencerei, akiknek extrém nagy befolyásoló ereje van és megfelelő bevonásuk garantálja az üzenet célba juttatását. A feladat a legjobb valódi aktivizáló erővel rendelkező influencerek meghívása a projektbe, rajtuk keresztül a követőbázisuk sokkal könnyebben alakítható az üzenet iránt érdeklődő, majd potenciális vásárlóvá, végül tényleges ügyfélbázissá.

JÁTSZVA ELKÖTELEZŐDÉS: GAMIFIKÁCIÓ

Játékokra jellemző elemek és rendszerek alkalmazása jellemzően kevésbé játékos környezetben. A gamifikációs megoldások megragadják a felhasználók figyelmét, akik így interaktív módon kerülnek kapcsolatba a tartalomba ágyazott üzenetekkel. A gamifikáció legalapvetőbb és legerősebb fegyvere a motiválás: azzal, hogy szórakoztatóvá, érdekessé tesszük az esetlegesen monoton, száraz információkat, megoldást kínálunk a részvételi arány növelésére.

KIEMELT REFERENCIÁINK

VÁLOGATÁS AZ UNIVERSUM 8 INTERAKTÍV MARKETING PROJEKTJEIBŐL - AMIKRE A LEGBÜSZKÉBBEK VAGYUNK.

INTERAKTÍV MARKETING
KIEMELT REFERENCIA

#SamsunGGamer

A #SamsunGGamer márkaüzenetet immár hatodik éve építjük a Samsung hivatalos ügynökségeként. A cél a megbízó gamer brandjének és közösségének fejlesztése, illetve a négy releváns termékvonal népszerűsítése a videojátékosok körében.

#SamsunGGamer

KATTINTS IDE!

HBO - SÁRKÁNYOK HÁZA VETÉLKEDŐ

Az érkező új sorozat, a Sárkányok Háza indulásának alkalmából a bemutató előtt kicsit visszatérünk Westerosba, amihez vendégeket is hívtunk, hogy egy különleges játékban ünnepeljük a franchise világát és eldöntsük egyszer és mindenkorra, hogy ki a legnagyobb GoT rajongó. Hangulatban egy igazi rajongó nappaliját kombináltuk egy klasszikus gameshow helyszínnel.

A háttérben GoT poszterek és zászlók a falon, valamint a sorozatból ismert relikviák a falakra és polcokra elhelyezve. Az a cél, hogy a nézőt kontextusba hozzuk, megtudjuk, hogy ki mennyire nagy rajongó, és mit várjon az egyes játékosoktól az adás alatt – megismerje a karaktereket GoT-szemszögből és talán már ki is választhassa a kedvencét, akinek drukkolni fog.

A kifejezetten rajongói közösség igényeire szabott tartalommal és az influencerek bevonásával, organikus módon, egy magasabb szinten tudtuk elkötelezni a célcsoportunkat, és fenntartani az érdeklődésüket egészen a premierig.

GERMÁNIA KUPA

A cél a feliratkozók számának növelése volt a Sport TV Youtube csatornáján. Egy 4 napos FIFA21 versenyt szerveztünk 4 db, 3 fős csapattal, amit a Sport TV arcai, ex-válogatott focisták, illetve freestyle focisták és FIFA gamerek alkottak a sokszínűség jegyében.

A meccseket saját szakkomentátorunk és műsorvezetőnk vezette. A nézők is beszállhattak és befolyásolhatták a játékot, szavazhattak a csapattagokra, élőben játszhattak gyakorlómeccseket a résztvevőkkel. Erre egy dedikált weboldalt hoztunk létre, de minden adás a Sport TV YouTube csatornáján ment.

GERMANIA CUP 2020

amc NETWORKS

LOCAL HERO TOUR

Az ország egyik legnagyobb felsőoktatási rendezvénysorozata online és offline eseményekkel – ősszel már a harmadik szezonnal. A Local Hero Tour negyedik, 2023-es évadában az ország összes felsőoktatási intézményének gamerei mérkőznek meg egymással.

Az eseménysorozat célja kettős: a diákok számára releváns márkák összekapcsolása az egyetemi/főiskolai közösségekkel gamingen keresztül, valamint a szponzor HR céljainak megvalósítása.

LOCAL HERO TOUR FINALS

SAMSUNG REKLÁMFILMEK

A Samsung Odyssey monitorok modern, formabontó hangulatát mutattuk meg a slam poetry, tánc, és más művészetek segítségével.

A reklámfilm koncepciójának alapja a kijelző nagyságának illusztrálása, történetbe ágyazása művészi eszközökkel.
Az Odyssey monitor annyira megihletett minket, hogy saját zenét is komponáltattunk a filmhez.

ODYSSEY GAMING MONITOR

SAMSUNG

GAMER MAGYAR KUPA

A MOL Gamer Magyar Kupa egy különleges közösségi gaming esemény, mely a fiatal generációk (X, Y és Z generáció) számára kínált új élményeket. A MOL, mint a hazai futballélet kiemelt támogatója új generációkat megcélozva bővítette a focirajongók jelenleg is népes táborát. Az esemény házigazdája az ismert magyar gamer, Nessaj volt, a versenyeket pedig Gundel Takács Gábor jól ismert és szeretett kommentárjával közvetítettük.

A több, mint ezer jelentkező egyenes kiesésben küzdött egészen a legjobb négyig. Hozzájuk csatlakozott négy profi, a hazai FIFA közösség számára jól ismert és játék tudásukkal kiemelkedő gamer. Az így kialakult nyolc játékos a kamerák keresztüzében, ismert emberekkel párban küzdöttek tovább a trófeáért. A sztárok között olyan nevek szerepelnek, mint Kulcsár Edina és férje Szabó “Csuti” András, Curtis, Ganxsta Zolee, Köllő Babett vagy éppen Kempf Zozó.

MOL GAMER HUNGARIAN CUP

FUSION INTERNATIONAL QUIZ SHOW

Hagyományos online kvíz profi játékmesterrel, a megbízó által kiválasztott kérdés tematikákkal és tetszőleges számú nyeremény fordulóval. Egy interaktív élmény, ami kompetitíven kötelezi el a nézőt és fordulóról fordulóra nagyobb közönséget mozgathat meg, ezzel is szorosabb elköteleződést építve a márkával.

LOGIKA

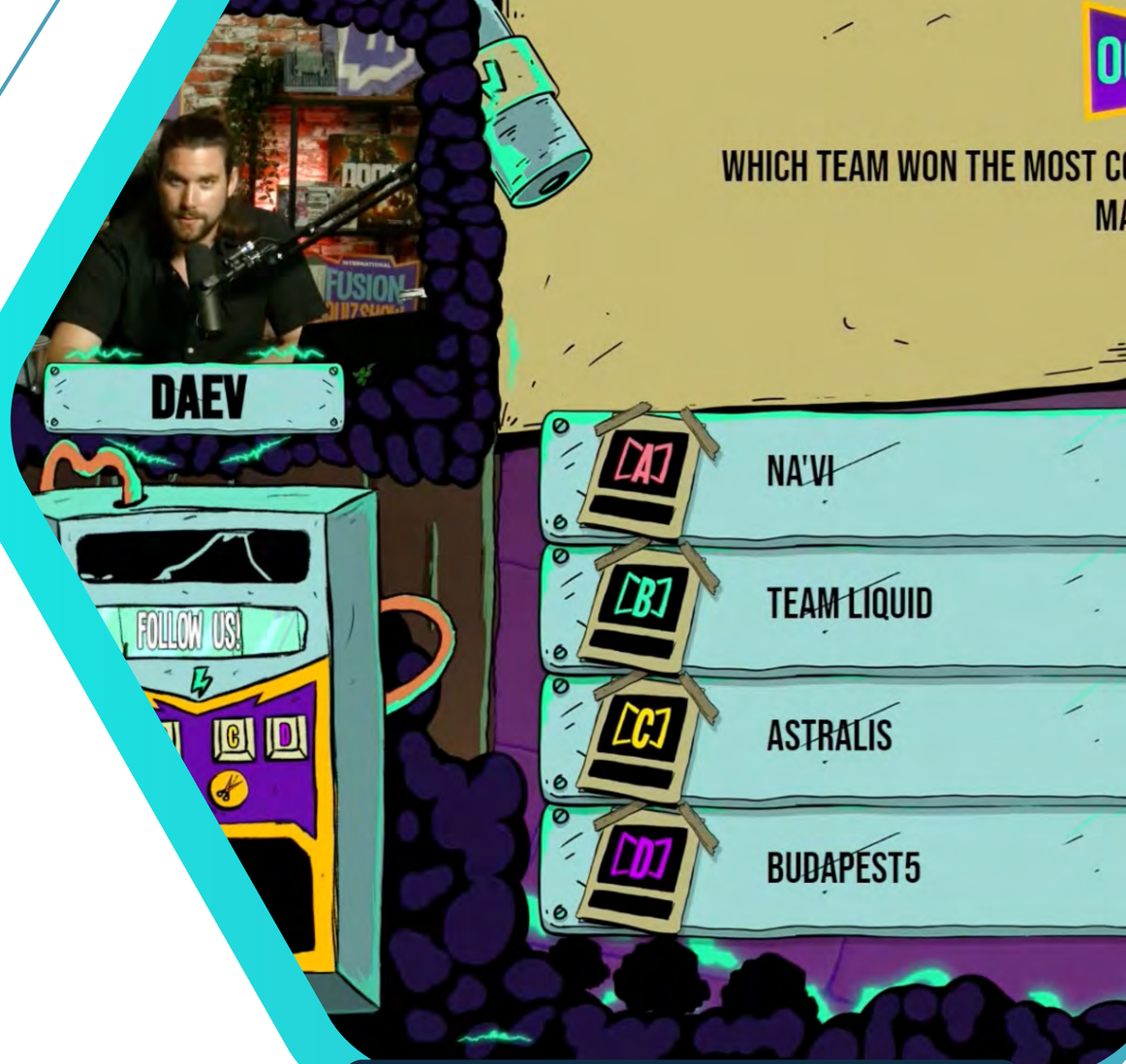
Az online eseményre időzített kvíz verseny, ahol a legtöbb helyes választ adó versenyző / csapat nyer.

JÁTÉKOS

- Formátum: egyéni-, vagy az egyéni versenyzőket csapatokba osztva / jelentkezve (igazgatóság, régió, stb.) csapatverseny
- Laptopon és mobilon (second screen) játszható
- A versenyen korlátlan számban indulhat játékos

NÉZŐ

- Online show műsor: a versenyt online közvetítjük, az U8 stúdiókomplexumból
- A közvetítést a nézők a megrendelő által kijelölt streaming platformon követhetik
- A verseny aktuális állásáról a saját fejlesztésű online Leaderboard System-e tájékoztat



FUSION INTERNATIONAL QUIZ SHOW

PÁLYÁN KÍVÜL PODCAST

Vajon milyen a sportolók, színészek, zenészek élete a pályán – és a pályán kívül?

A MOL régóta elkötelezett támogatója a fiatal tehetségeknek, új podcast-sorozatukban viszont azokról tudunk meg többet, akik „már letettek valamit az asztalra”. Dobos Lilla és Fetter Balázs ismert sportolókkal, művészekkel, színészekkel, zenészekkel beszélgetnek – a gyártási és a disztribúciós feladatokról pedig csapatunk gondoskodik!

A podcast egy kifejezetten feltörekvő műfaj és egy újrafelfedezett közösségszervező tartalom. Házon belüli tudásunk nem csak a projekt előkészítését, de a tartalom teljes életciklusának lekövetését és a közösség szervezését és kezelését is lehetővé teszi.

INTERAKTÍV MARKETING
TOVÁBBI REFERENCIA

KNORR-BREMSE - EXPERT NETWORK - közösségi kommunikáció

A Knorr-Bremse célja szervízpartneri hálózatának népszerűsítése, egy partneri közösség építése volt. Közösen dolgozva sikerült egy szakmai alapú, informatív, de a korábbinál kötetlenebb formátumú Facebook oldalt létrehozni és konstans növekedést elérni.

UPONOR - B2B kommunikációs elemzés és piackutatás

Az Uponor számára a digitális stratégiájuk újratervezésében segítettünk egy több területre kiterjedő elemző kutatás megtervezésével és kivitelezésével. Górcső alá vettük a cég eddigi kommunikációját a versenytársak stratégiáit, a partnerigényeket az értékesítésiláncok és média-menedzsment szempontjából is.

KIA - Márkakommunikáció és Branding

2022 óta szoros együttműködésben dolgozunk a KIA Hungary-vel a márka megjelenésén, a kommunikációs kampányaik megvalósításán és a brand népszerűsítésén.
A reklámfilmektől a szponzorációs megjelenéseken át egészen a promóciós rendezvényekig tervezünk és valósítunk meg projekteket.

INTERAKTÍV MARKETING
TOVÁBBI REFERENCIA

Wolt – Éhes Gamer Kampány

Twitch és social kommunikációs kampány együttműködésben a TheVR csapatával a Wolt regisztrálók számának növelésére. Folyamatos chatbot kommunikációval és logó megjelenéssel erősítettük az üzenetet, végül a kampány a vártnál is nagyobb regisztrációs számot hozott!

Hasbro – The Mandalorian Promóció

Baby Yoda megjelenése alkalmából 5 influencerrel dolgoztunk együtt, akik a saját felületükön segítettek a karakternek és a közönségnek a helyes maszkviselésben, és a legújabb Hasbro játékok megismerésében.

UBISOFT - Influencer tartalmi együttműködés

Egy különleges együttműködésben, egy ízig-vérig Pamkutya videóban és a hozzá kapcsolt megjelenéseken keresztül népszerűsítettük a Ubisoft játékát a Rainbow Six Siege-t.

KAPCSOLAT

Hiszünk abban, hogy a nagyszerű élmények nem ismernek határokat.

Ha neked is fontos, hogy egyedi, felejthetetlen tapasztalatokat szerezz a csapatodnak vagy ügyfeleidnek, keress minket!

Tischler Márk
Chief Executive Officer

+36 20 966 9881
mark.tischler@universum8.com

Boronkay Bence
Account Director

+36 30 121 3265
bence.boronkay@universum8.com

UNIVERSUM8.COM

UNIVERSUM 8