

## Brief marketingowy : **Motylarnia** Miejsce Działań Twórczych

<b>Opis</b>	<p><i>Motylarnia</i> to przestrzeń, w której wszyscy będą mieli szansę poznać się, wymieniać doświadczeniami i wspólnie tworzyć piękno. W <i>Motylarni</i> wierzymy, że podążając za naszymi pasjami i talentami, możemy stworzyć szczęśliwsze i bardziej spełnione życie dla siebie i innych.</p> <p><b>Motylarnia</b> to 2 oddzielne budynki, w których odbywają się różne rodzaje zajęć, spotkań, warsztatów dla różnych grup wiekowych:</p> <p><i>Dom Działań Twórczych</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- GABINETY: to miejsce na różnego rodzaju masaże, zabiegi i uzdrawiające sesje terapeutyczne (dobierane z uważnością!)</li><li>- SALA ĆWICZEŃ: w tej przestrzeni odbywać się będą zajęcia ruchowe dla różnych grup wiekowych – od dzieci po seniorów, np. joga, szarfy, zdrowy kręgosłup, czy taniec intuicyjny.</li><li>- SALA WARSZTATOWA: w tej przestrzeni będą odbywać się bardziej statyczne zajęcia, np. z rękodzieła, warsztaty z malowania intuicyjnego, zetpety dla dzieci, itp.</li></ul> <p>Obydwie sale mogą służyć weekendowym kursom i warsztatom rozwojowym. W tym budynku, do południa, odbywać się będą również spotkania dla dzieci, które prowadzone są w systemie edukacji domowej. Wszystko pod patronatem organizacji, która opiekuje się całym procesem. Z myślą o tej inicjatywie przygotowany zostanie też specjalny pokój służący relaksacji, zabawom, rozwojowi i wszelkim działaniom twórczym dzieci i młodzieży.</p> <p><i>DOM ARTYSTY</i></p> <p>To przestrzeń na ekspozycję prac artystycznych i organizację wydarzeń kulturalnych.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Pracownia i galeria @JoannaJunik</li><li>- Wernisaże</li><li>- Kameralne koncerty</li><li>- Kameralne spotkania</li></ul> <p>Link do profilu FB: <a href="#">Facebook</a></p>
-------------	---

<p><b>Grupa docelowa</b></p>	<p><b><i>Uczestnicy wydarzeń:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Osoby w różnych grupach wiekowych, w większości kobiety (to one znacznie częściej od mężczyzn interesują się samorozwojem i poszerzaniem swoich kompetencji).</li> <li>-Osoby poszukujące nietypowych miejsc i inicjatyw zapewniających rozwój osobisty, rozwój własnych pasji i kreatywności. Nie są zainteresowane kursami / warsztatami znanymi ze ścieżki zawodowej.</li> <li>Osoby, które mają co najmniej dobrą sytuację materialną.</li> <li>Zwracający uwagę na zdrowy styl życia</li> </ul> <p><b>Geolokalizacja:</b> Wrocław i okolice (+ 30 km) – strona północno - wschodnia</p> <p><b><i>Organizatorzy wydarzeń:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Osoby w większości po 30 roku życia, prowadzące własną praktykę (zajęcia, kursy, eventy).</li> <li>-Osoby poszukujące nietypowych miejsc do przeprowadzenia własnych wydarzeń. Ma dla nich znaczenie komfort i „jakość” przestrzeni. Znaczenie może mieć również sposób komunikowania miejsca (rodzaj wydarzeń planowanych w tym miejscu, energia właściciela)</li> <li>-Osoby prowadzące własną działalność, które upatrują w organizacji wydarzeń również aspekt finansowy.</li> <li>-Zwracający uwagę na rodzaj kuchni / cateringu oferowanego na miejscu.</li> </ul> <p><b>Geolokalizacja:</b> Cała Polska – jednak bardziej z nastawieniem na wydarzenia jednodniowe (bez noclegów).</p>
------------------------------	--

<p><b>Opis potrzeb:</b></p>	<p><b>Motylarnia</b> przed rozpoczęciem swojej działalności stworzyła i dokładnie przeanalizowała dokument strategii komunikacji, w którym określiła podstawowe narzędzia i kanały komunikacji, język komunikacji oraz przykładowy branding. Przyjrzała się również konkurencji. Określiła język korzyści, USP grupy docelowe i sposób komunikacji z nimi razem z przykładową ofertą rozwojową.</p> <p>Wraz z otwarciem <b>Motylarni</b> ilość komunikatów, grafik rozrosła się razem z kanałami komunikacji. Przyszedł moment, aby stworzyć <b>podstawowy system identyfikacji wizualnej oraz księgę znaku</b>, aby móc złapać spójność i jakość graficzną.</p> <p><b>Zadania:</b></p> <p>- stworzenie <b>księgi znaku</b> wraz z oddzielnymi plikami dla pojedynczej opcji w wersjach do druku oraz na www i kanały social mediowe na bazie istniejącego logotypu wraz z jego wariacjami.</p> <p>Potrzeba uporządkowania oraz uzupełnienia istniejących logotypów i sposobu ich prezentacji oraz dostępnych wersji kolorystycznych. Opcje z claimem oraz bez: Miejsce Działań Twórczych.</p> <p>- stworzenie <b>podstawowego systemu identyfikacji wizualnej</b>, po analizie istniejących grafik, wraz z oddzielnymi plikami dla pojedynczej opcji w wersjach do druku oraz na www i kanały social mediowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>kolorystyka i typografia</b> (podstawowa oraz uzupełniająca)</li> <li>- <b>komunikacja podstawowa:</b> papier firmowy, wizytówki, oferta B2C miejsce +formaty zajęć, oferta B2B wynajme sal, vouchery, grafik zajęć/potrzeba kilku wersji dla różnych sal,plakat A3 oraz A4, prezentacja szablon ppt,</li> <li>- <b>media społecznościowe</b> / profile społecznościowe dla istniejących kanałów-tutaj zależy nam na uspojnieniu komunikacji i doprojektowaniu wizualnym najważniejszych elementów komunikacji graficznej aby stworzyć spójną przestrzeń</li> <li>- <b>gadżety firmowe:</b> koszulka krótki, długi rękaw, softshell, długopis</li> <li>- <b>elementy komunikacji wystawienniczej:</b> bannery reklamowe zewnętrzne, flaga zewnętrzna</li> </ul> <p>- <b>stała współpraca graficzna do 8 h tygodniowo</b> z realizacją działań do <b>2 dni roboczych</b></p> <p>- <b>przygotowywanie materiałów</b> na kanały social FB oraz Instagram 2 posty 2 rolki tygodniowo</p> <p>- <b>prezentacja oferty w prez</b></p>
-----------------------------	---

<b>Czas realizacji i priorytety</b>	Priorytety pracy:  1.Stworzenie systemu identyfikacji wizualnej 2.Księga znaku  <b>Czas realizacji : 5 dni roboczych</b>  3.Oferta w prezji <b>do 10 dni roboczych</b> 4.Stała współpraca (social i pomoc graficzna) <b>start od połowa listopada</b>