



# PÁLYÁZAT

## ÚTLEVÉL A ZENE VILÁGÁBA

### PANNON FILHARMONIKUSOK

Cégnév: Pannon Filharmonikusok-Pécs Nonprofit Kft.

Székhely: 7622 Pécs, Breuer Marcell sétány 4. – Kodály Központ

Kapcsolattartó neve: Graf Orsolya

Kapcsolattartó email címe: [grafo@pfz.hu](mailto:grafo@pfz.hu)

Pályázott kategória: Kommunikációs kampány

Iparág: Művészet

Pályázat címe: Útlevel a zene világába

A pályázott kommunikációs program személyi felelősei: Graf Orsolya marketing- és kommunikációs vezető

Kampány kezdőidőpontja: 2019. július 1.

Kampány vége: 2019. szeptember 15.

Kampány teljes büdzséje: 800.000 Ft + áfa (interjúkészítés és nyomdaköltség)

A Pannon Filharmonikusok nemzeti szimfonikus zenekar, a pécsi Kodály Központ rezidens együttese. Feladata az országos és nemzetközi jelenlétén túl a Dél-dunántúli Régió komolyzenei feladatainak ellátása. A komolyzene iránt a társadalmi érdeklődés a 3% körül mozog, amely nagyon alacsony. A közönségutánpótlást nehezíti, hogy a potenciális komolyzene kedvelőket nem csupán felkutatni kell, hanem felnevelni is. Így a zenekar feladatai közé tartozik a szülőkkel, pedagógusokkal közös zenei nevelés is. A zenekar a programfejlesztésben megtette már a szükséges lépéseket, minden korosztálynak kínál programot az újszülöttektől az egyetemistákig.



A kommunikációs kampány kihívása volt annak tudatosítása a szülőkből, hogy a komolyzene szeretetének kialakítását már egészen kicsi korban el kell kezdeni, majd a különböző életszakaszokban újra és újra meg kell erősíteni ahhoz, hogy a gyermekből komolyzene-hallgató, koncertre járó kulturális fogyasztó legyen.

A kampány alapötlete a Pannon Filharmonikusok marketing- és kommunikációs vezetőjéé. A kampány lebonyolítását a Pannon Filharmonikusok saját hatáskörben folytatta le.

### Célok, célcsoportok



A kampány célcsoportja az újszülöttek és a szülei, valamint a zenekar már meglévő kiskorú közönsége volt a Dél-dunántúli Régióban.

### Kommunikációs stratégia, üzenetek

A kommunikációs stratégia célja az volt, hogy az újszülöttek esetén a szülők és később a gyermekek kedvet kapjanak a koncertlátogatáshoz, és tudják, hogy akár újszülött kortól mindig a saját koruknak megfelelő programok látogatására van lehetőségük, illetve, hogy az tudatosodjon bennük, hogy mindig minden életkorukban lesz olyan koncert, ami nekik szól, hogy felnőve a komolyzenei koncert látogatása egy minőségi kikapcsolódási lehetőség legyen számukra.

A stratégia céljának megfelelően a legkisebbeket kellett elérni, válogatás nélkül, hiszen az üzenet lényege, hogy mindannyian beleszületünk a zene világába, csak a megfelelő helyeken és időben kell barangolnunk benne.



## A kampány három jól elkülöníthető szakaszból állt

### 1. előkészítő szakasz

A Pannon Filharmonikusok a kampány előkészítési szakaszában – 2019 nyara, amikor nincsenek hangversenyek és a közönség nyitott az egyéb tartalmakra – a zenekar gyesen lévő muzsikuskismamáival készített interjúsorozatot a kisbabák, és a szülői felelősség fókuszba állításának céljából. Az együttes saját példákon mutatta be, hogy a zenei nevelés már babakorban megkezdődik. Az összesen 10 interjúból álló sorozat a PFZ weboldalán és FB oldalának Jegyzeteiben kerültek kihelyezésre, majd megosztásra.

A kampány üzenetének fő hordozója az „Útlevel a zene világába” kiadvány volt, amely egy valódi útlevel formájában is megtestesült. A fenti stratégiát kiszolgáló útlevel forma és a benne levő szöveg és képanyag az üzenetet egy rövid mese formájában fejt ki. Az útlevel a koncertlátogatások során pecsétek gyűjtésére alkalmas, amelyért a zenekar apró ajándékokkal kedveskedik a gyerekeknek.

Az előkészítő szakaszban készült el az útlevel, melyet egy támogatói együttműködés keretében elhelyeztünk a Promobox által az újszülöttek számára eljuttatott dobozba a Dél-Dunántúlon. A mellékletben elküldött, a nyár folyamán készült el az útlevel, egy A/6-os méretű 12 oldalas kiadvány rövid mesével (Graf Orsolya) és illusztrációval (Ferling Szonja), selyemszalaggal átfűzve.





## 2. sajtó és online kommunikációs szakasz

A nyár lezárásával egyidőben, az évad indulása előtt (mielőtt a felnőtt hangversenyekre kerül a figyelem) történt meg a Promobox és a Pannon Filharmonikusok együttműködéséről szóló sajtóanyag elkészítése, valamint a zenekar saját csatornáin (weboldal, instagram oldal, FB oldal) történő promóciója. A sajtókommunikációhoz az első újszülött családok egyikénél történő fotóanyag nyújtott hiteles vizuális támogatást.

## 3. termék kihelyezés szakasza

A Promobox minden újszülött számára eljuttatja az útlevelet Baranya, Somogy, Tolna megyében, ezen kívül a zenekar a partner óvodákon, bölcsődéken keresztül szintén eljuttatta az útlevelet a legkisebbekhez.

### **A kampány eredményességét az alérési számok és a bekerülési költség aránya mutatja**

Az interjúkkal a zenekar 35.000 elérést és közel 5000 aktivitás ért el az FB oldalán. Az interjúk elkészítésének a költsége mindössze 150.000 Ft volt.

A sajtókampány eredménye közel 20 sajtómegjelenés volt.

A Promobox együttműködésének díja támogatói megállapodás keretében díjmentes.

A Promobox-on keresztül 2019-ben közel 3000 újszülött családjához kerül el az útlevél, 2020-ban pedig újabb 6500 csecsemő várja. Az útlevél bekerülési költsége mentén alig 90 Ft+áfa összegbe kerül egy család elérése.

**A Promobox-szal történő együttműködés keretében a „Babaútlevél” a következő években is folyamatosan bekerül minden dél-dunántúli újszülött családjának háztartásába.**

