

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



**Jak komunikować społeczeństwu
o potrzebie ochrony przyrody –
przepisy na kampanię cross-medialną**

Agencja marketingowa Cięty Język



*Poprawa stanu łączności ekologicznej jako
kluczowe wyzwanie dla ochrony przyrody
w parkach narodowych*

cj|

dla



Iceland 
Liechtenstein
Norway grants

Plan warsztatów

Wprowadzenie

Założenia i proces

Kampania „Głowa do góry”

Warsztaty

Podsumowanie

BLOK I

Wprowadzenie

Kim jesteśmy i skąd możecie nas znać?

cięty język|

agencja marketingowa



CHOJNIK Karkonoski
Festiwal Biegowy





UNIWERSYTET PRZYRODNICZY WE WROCŁAWIU

Opielasz rabatę?

Wiele pytań, jedna odpowiedź:
na UPWr wszystkiego Cię nauczymy!



Ogrodnictwo



UNIwersYTET
PRZYRODnicZY
WE WROcŁAWIU

Masz nosa do merynosa?

Wiele pytań, jedna odpowiedź:
na UPWr wszystkiego Cię nauczymy!



Weterynaria



UNIwersYTET
PRZYRODnicZY
WE WROcŁAWIU

WYWODZISZ W POLE CZY WPUuszczasz W MALINY?

Wiele pytań, jedna odpowiedź:
na UPWr wszystkiego Cię nauczymy!

Rolnictwo



UNIWERSYTET
PRZYRODNICZY
WE WROCŁAWIU

GRUNT TO PODSTAWA?

Wiele pytań, jedna odpowiedź:
na UPWr wszystkiego Cię nauczymy!

Geodezja
i Kartografia



UNIWERSYTET
PRZYRODNICZY
WE WROCŁAWIU



**UNIwersYTET
OPOLSKI**

Poznaj
Uniwersytet
Opolski

**Trzymamy
serce
na dłoni**



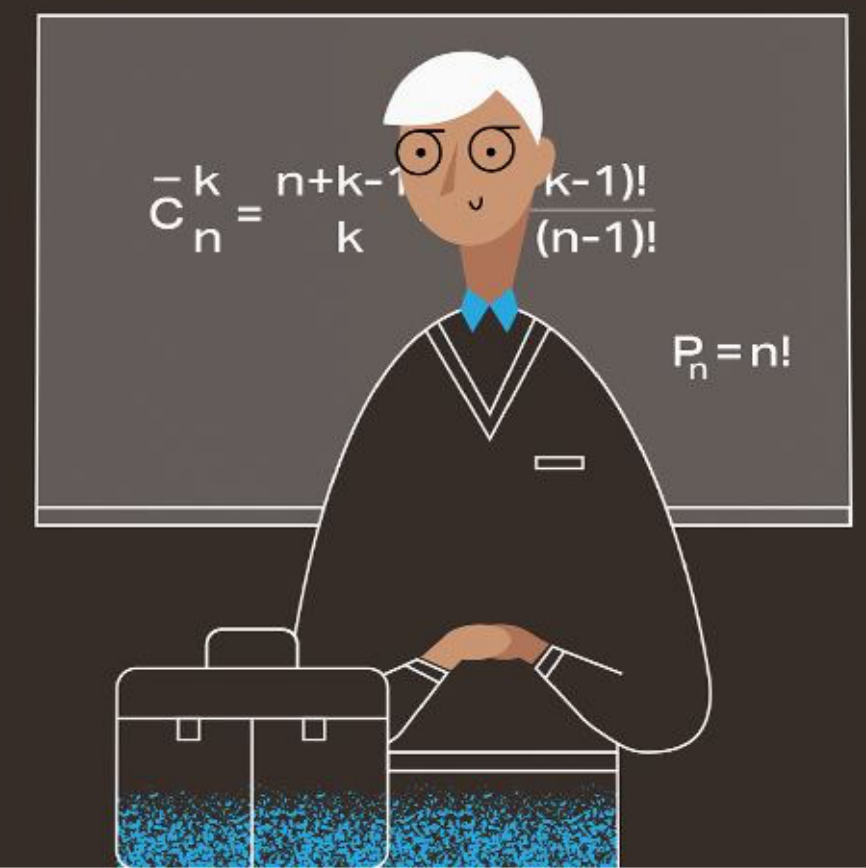
Rekrutacja 2020
Wydział Lekarski

rekrutacja.uni.opole.pl



Poznaj
Uniwersytet
Opolski

**Dajemy
dobry
wzór**



Rekrutacja 2020
**Wydział Matematyki, Fizyki
i Informatyki**

rekrutacja.uni.opole.pl



Poznaj
Uniwersytet
Opolski

**Oswajamy
kruczki
prawne**



Rekrutacja 2020

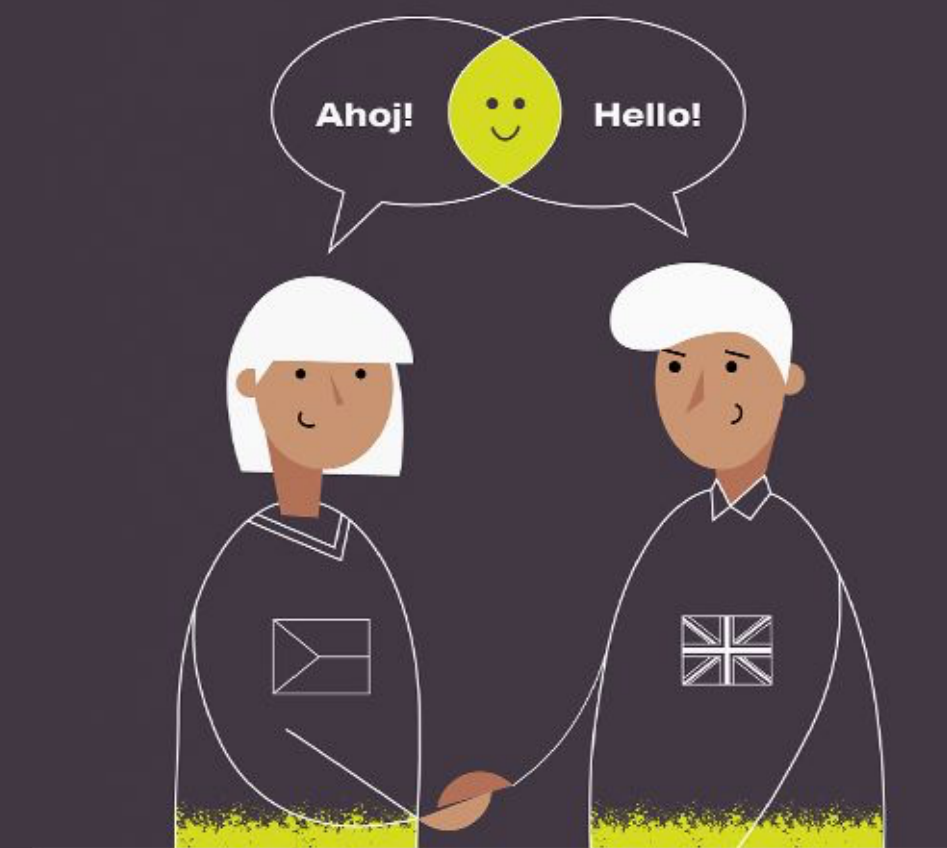
Wydział Prawa
i Administracji

rekrutacja.uni.opole.pl



Poznaj
Uniwersytet
Opolski

**Zawsze
znajdujemy
wspólny język**



Rekrutacja 2020

Wydział Filologiczny

rekrutacja.uni.opole.pl





FILHARMONIA
OPOLSKA

im. Józefa Elsnera

CHODŹ DO FILHARMONII

fo FILHARMONIA
OPOLSKA
im. Józefa Elbena

POSŁUCHAJMY CZEGOS. OBOJE.

OBÓJ – INSTRUMENT
DĘTY DREWNIANY.

TRIANGI



FILHARMONIA
OPOLSKA
im. Józefa Elsnera

KIEDY WIDZISZ
DYRYGENTA, MYŚLISZ

BATATY CZY BATUTA?

BATUTA – CIENKA PAŁECZKA
UŻYWANA PRZEZ DYRYGENTA.

CHODŹ DO FILHARMONII



FILHARMONIA
OPOLSKA
im. Józefa Elsnera

ALLEGRO. MYSLAŁEŚ, ŻE TO TYLKO ZAKUPY?

ALLEGRO — OKREŚLENIE SZYBKIEGO
TEMPA W MUZYCE.

CHODŹ DO FILHARMONII

JAK ROBIĄ TO INNI?

Śmieci to temat podniosły!



Nie zostawiaj śmieci na szlaku!

Podnoś te, które
napotkasz na drodze!

Bez śmieci, bez śladu, bez wahania.

Więcej informacji na stronie www.tpn.pl.



Tatrzański
Park Narodowy

Partner techniczny:



18

CJ x KPN



Tatrzański
Park Narodowy

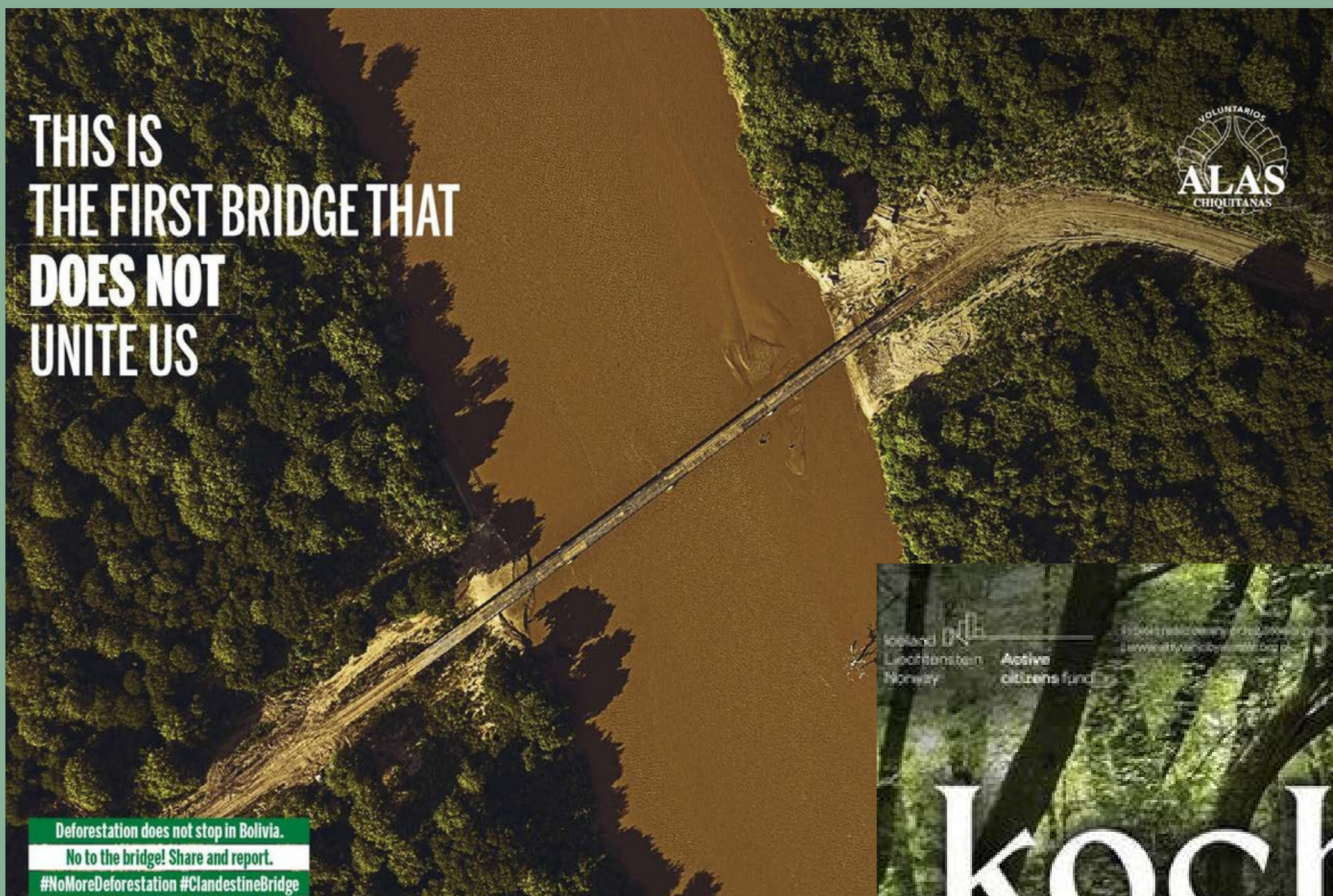
DOKARMIANIE TO ZŁA KARMA



www.tpn.pl

Dokarmiając, krzywdzisz, bo dzikie zwierzęta nie powinny jeść nam z ręki. Chcesz, aby ten lis trafił w ręce kłusowników?



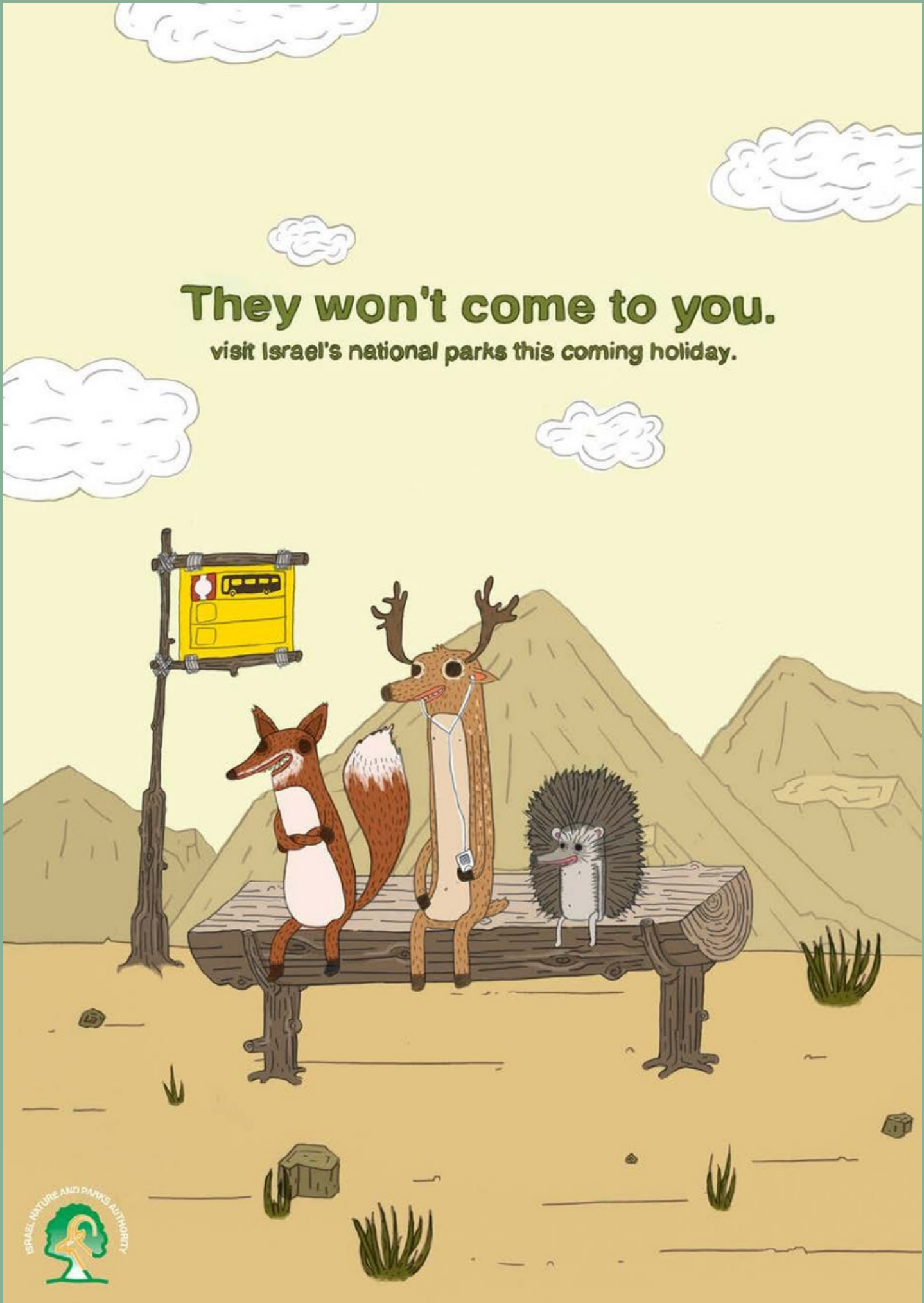
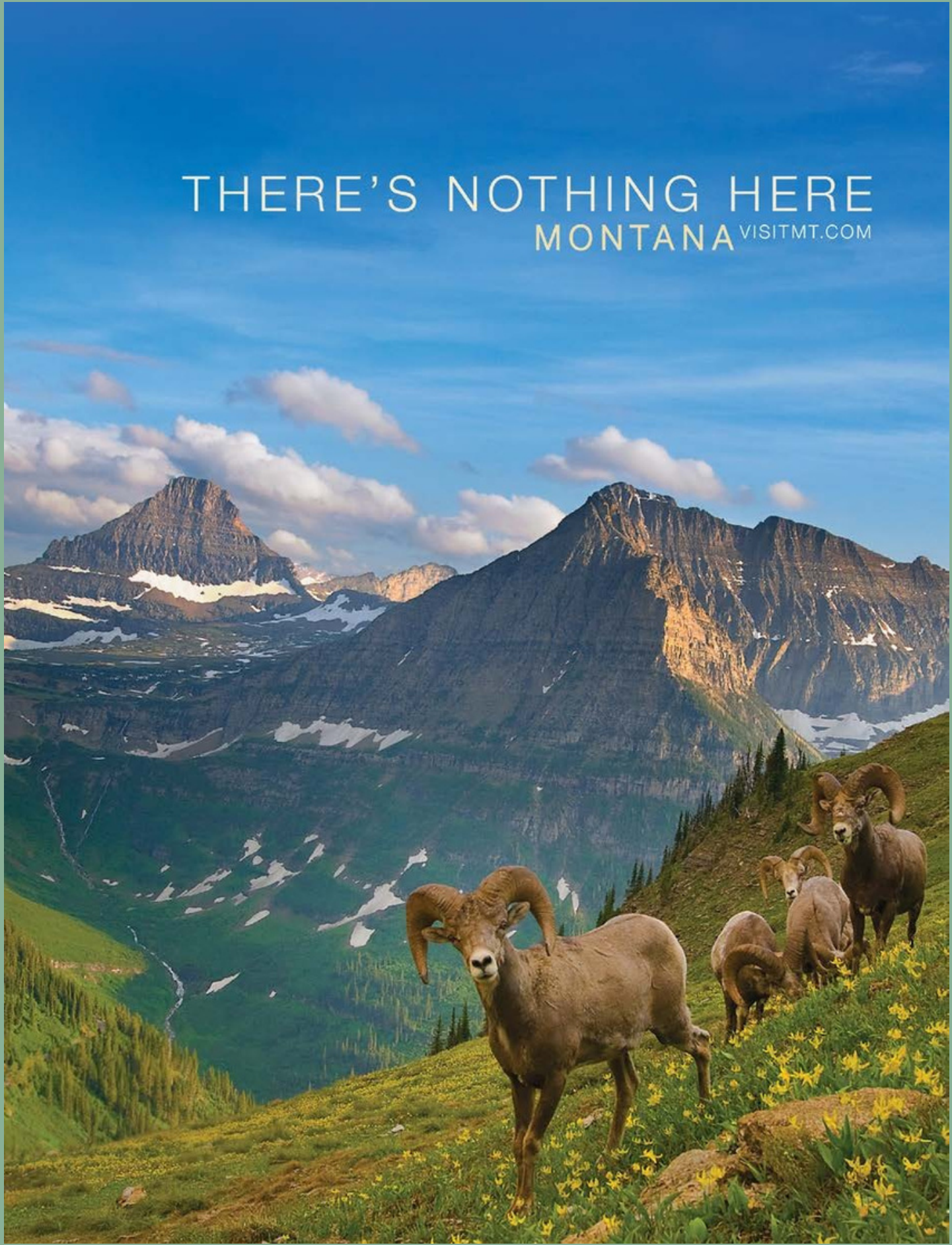


Kontakt: Lucefornsten Norway Active citizens fund

kochaj, nie rznij

— czy Las Sołtysowicki zostanie wycięty?
dołącz i decyduj: www.dzikiwroclaw.pl

dziki Wrocław Kopalnia wrocławska



BLOK II

Założenia i proces

Od rozmów i wywiadów,
po ogólnopolską kampanię

CEL

Edukacja turystów oraz społeczności lokalnej w zakresie odpowiedzialnego zachowania na terenie Karkonoskiego Parku Narodowego.

PROCES

- Research
- Badania
- Wywiady pogłębione
- Warsztaty
- Proces kreatywny
- Projektowanie
- Wdrożenie

BLOK III

Kampania

Głowa do góry!

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

GŁOWA DO GÓRY!



Polskie
Parki
Narodowe

Karkonoski Park Narodowy z siedzibą w Jeleniej Górze
58-570 Jelenia Góra, ul. Cieplicka 196, | kpn.gov.pl

GŁOWA DO GÓRY?

W góry z wiatrem we włosach? Jasne! Ale przede wszystkim - z głową.

Łap górski powiew za dnia. Nocą Karkonosze należą do zwierząt.

Zanim pójdziesz w góry, wejdź na stronę:
www.kpnmab.pl/glowadogory

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



GŁOWA DO GÓRY?

W góry z rodziną? Jasne! Ale przede wszystkim - z głową.

Zaplanuj wędrowkę po oznakowanych szlakach. Na nich jesteście bezpieczni - Ty, Twoja rodzina oraz karkonoska flora i fauna!

Zanim pójdziesz w góry, wejdź na stronę:
www.kpnmab.pl/glowadogory



Iceland
Liechtenstein
Norway grants



GŁOWA DO GÓRY?

W góry z prowiantem? Jasne! Ale przede wszystkim - z głową.

Dobrze przygotuj się do wędrowki, zapakuj przekąski i wodę. Pamiętaj jednak, żeby wszystkie śmieci i resztki jedzenia zabrać ze sobą!

Zanim pójdziesz w góry, wejdź na stronę:
www.kpnmab.pl/glowadogory



Iceland
Liechtenstein
Norway grants



GŁOWA DO GÓRY?

W góry z psem? Jasne! Ale przede wszystkim - z głową.

Spacerując z psem, wybieraj przeznaczone do tego szlaki i prowadź swojego czworonoga na smyczy. Nie stresuj dzikich zwierząt w ich naturalnym środowisku.

Zanim pójdziesz w góry, wejdź na stronę:
www.kpnmab.pl/glowadogory



Iceland
Liechtenstein
Norway grants



W góry z... i he... Jasne! Ale przede wszystkim - z głową.

Nie zbliżaj się do zwierząt w ich naturalnym środowisku. Odpowiedzialnie korzystaj z terenów rekreacyjnych.

Zanim pójdziesz w góry, wejdź na stronę:
www.kpnmab.pl/glowadogory



Iceland
Liechtenstein
Norway grants

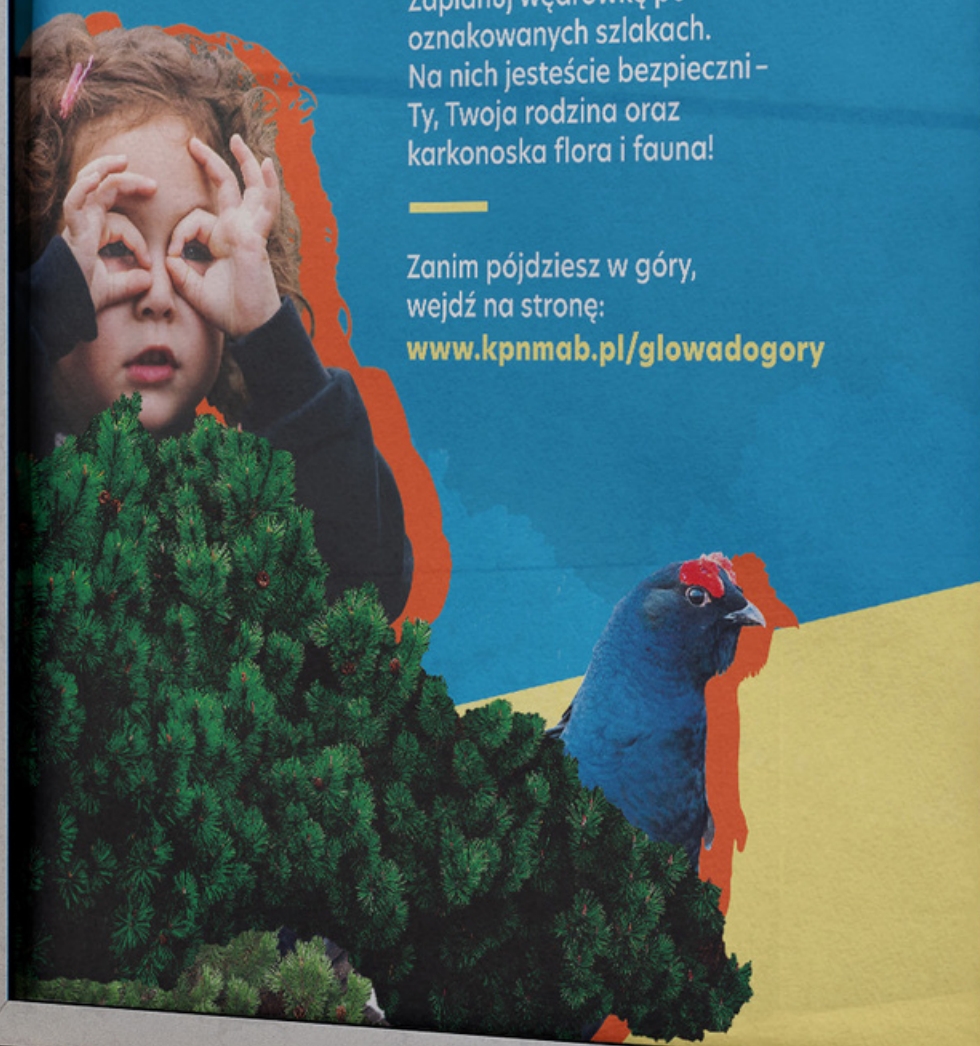


GŁOWA DO GÓRY?

**W góry z rodziną?
Jasne! Ale przede
wszystkim - z głową.**

Zaplanuj wędrowkę po
oznakowanych szlakach.
Na nich jesteście bezpieczni -
Ty, Twoja rodzina oraz
karkonoska flora i fauna!

Zanim pójdziesz w góry,
wejdź na stronę:
www.kpnmab.pl/glowadogory



Iceland
Liechtenstein
Norway grants



GŁOWA DO GÓRY?

**W góry z psem?
Jasne! Ale przede
wszystkim - z głową.**

Spacerując z psem, wybieraj
przeznaczone do tego szlaki
i prowadź swojego czworonoga na
smyczy. Nie stresuj dzikich zwierząt
w ich naturalnym środowisku.

Zanim pójdziesz w góry,
wejdź na stronę:
www.kpnmab.pl/glowadogory





Iceland
Liechtenstein
Norway grants

GŁOWA
DO
GÓRY!



WYPOSAŻENIE W GÓRACH



okulary przeciwsłoneczne

kurtka chroniąca przed wiatrem



chusta wielofunkcyjna

kije trekkingowe

spodnie chroniące przed wiatrem

buty górskie



termos i kanapka



papierowa mapa



bank



czapka



rękawiczki



stuptuty



rakiety śnieżne



raczki



gogle



apteczka:

- chusta trójkątna
- gaza 0,5 m²
- gaza 9 x 9 cm
- bandaż elastyczny
- nożyczki
- plaster z opatrunkiem
- plaster na rolce
- rękawiczki
- folia NRC
- Octenisept
- worek na odpady

ISBN: 978-83-7868-001-3

www.karpnab.pl

Wydała Dyrekcja Karkonoskiego Parku Narodowego w 2023 roku.

Karkonoski Park Narodowy
ul. Cieplicka 198, 58-570 Międzygórze
+48 75 7553348, +48 75 7553726

Grupa Karkonoska
GOPR

Zasady bezpieczeństwa w górach zostały skonsultowane z Grupą Karkonoską GOPR

ZAPAMIĘTAJ NUMERY TELEFONÓW ALARMOWYCH!

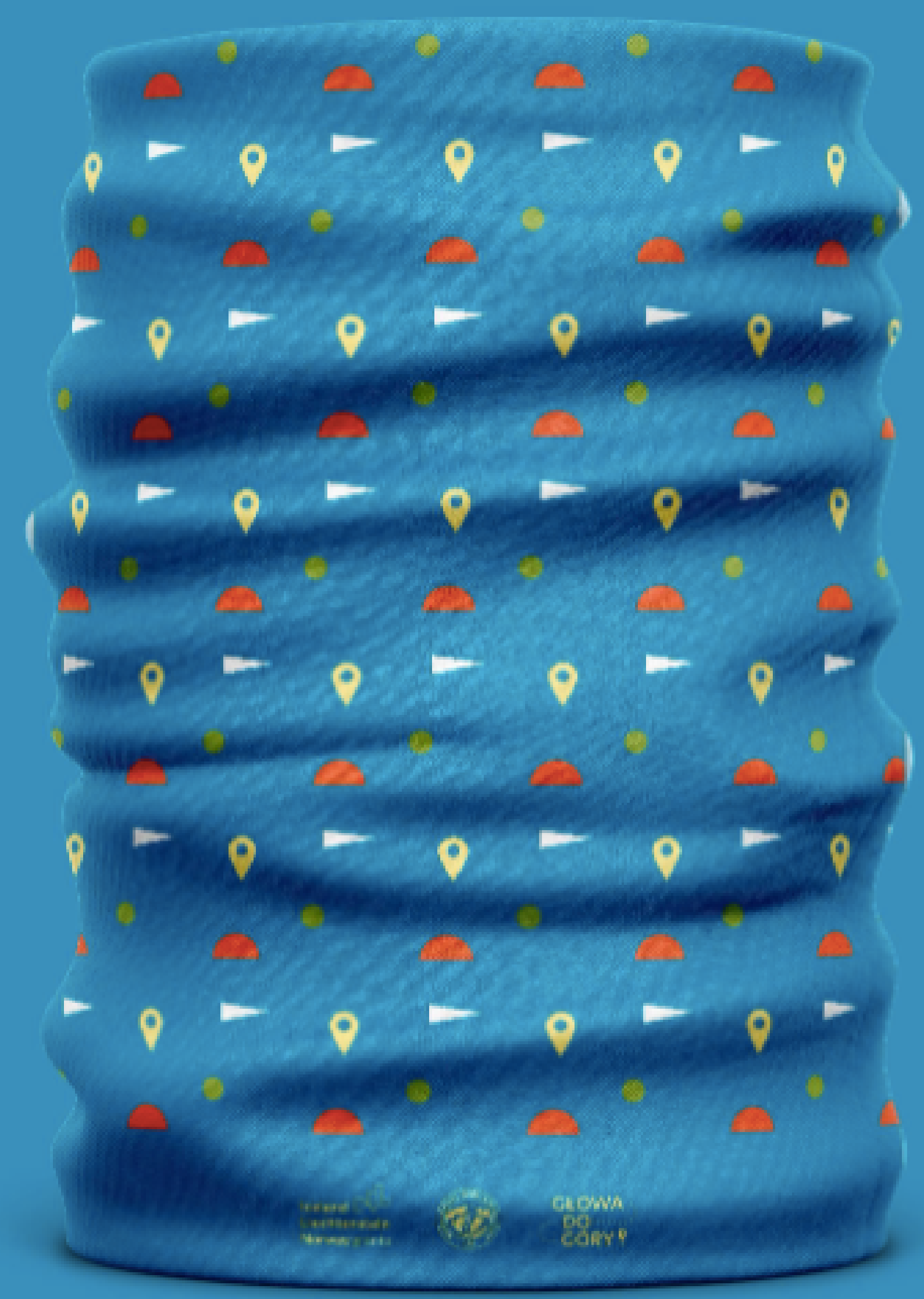
GOPR (W POLSCE) TELEFON ALARMOWY
985 lub +48 601 100 300

MIEŻYGAŁOWY NUMER ALARMOWY 112
HORSKA SŁUŻBA KARKONOSZE +430 602 448 338
HORSKA SŁUŻBA KARKONOSZE +430 602 448 338
STRAZ POZARNA (PL) 998
POGOTOWIE RATUNKOWE (PL) 999

„Nie lekceważ gór. Nie ryzykuj niepotrzebnie!”

loeland Liechtenstein Norway grants

Mapa kieszonkowa po Karkonoskim Parku Narodowym



ZASIĘGI



Największa kampania edukacyjna w historii KPN-u.



280 billboardów w 3 największych miastach Polski: Warszawa, Wrocław, Poznań.



4 lokalne radia, 3 miesiące emisji spotów, TYGODNIOWY zasięg: 576 000 osób.



2,6 miliona odbiorców na Facebooku, 348,5 tysiąca odbiorców na Instagramie.

PRZEPIS NA SUKCES

- Mapowanie problemu/ów
- Empatyzacja
- Adekwatność
- Zaintrygowanie (treścią)
- Wyróżnienie/zwrócenie uwagi (wizualnie)
- Estetyka
- Spójna komunikacja wszystkimi kanałami

BLOK IV

Warsztaty

Przepis na kampanię
cross-medialną

DESIGN THINKING

Co to takiego?

1. Empatia – słuchamy i obserwujemy.
2. Diagnoza potrzeb – definiujemy problem do rozwiązania.
3. Generowanie pomysłów – nie ograniczamy się.
4. Prototypowanie – wizualizujemy pomysły.
5. Testowanie – przedstawiamy, oceniamy, rozmawiamy.
6. ITERACJA – weryfikujemy.

ZADANIE

1. Dzielimy się na grupy 4-5 osobowe.

2. Zagłosujcie na najbardziej ADEKWATNY dla Was problem.

3. Po otrzymaniu problemu do rozwiązania – wróćcie do swoich grup i rozpocznijcie dyskusję nad tematem.

Co użytkownik **myśli i czuje?**

Co użytkownik **słyszy?**

Co użytkownik **widzi?**



Co użytkownik **mówi i robi?**

Bolączki
(obawy, frustracje)

Korzyści
(pragnienia, potrzeby)

4. Zdefiniujcie problem, nad którym będziecie pracować/który będziecie próbować rozwiązać (komunikacyjnie).

5. Zaczniście kreatywną burzę mózgów – wymyślcie jak najwięcej propozycji hasła/haseł kampanii.

6. Jeżeli uważacie, że Wasza koncepcja jest skończona – zbriefujcie graficzkę.

7. Napiszcie 2 przykładowe posty na social media, dotyczące Waszej kampanii oraz propozycję spotu radiowego.

8. Wybierzcie osobę/osoby, która zaprezentuje/ą Wasze pomysły.

9. Przygotujcie 5-minutową prezentację swojego pomysłu.

BLOK V

Podsumowanie

Kampania – dlaczego to takie trudne?

DZIĘKUJEMY!

**Szukasz wsparcia marketingowego? Napisz lub zadzwoń.
Bo dobre słowo to początek.**

PAWEŁ F. MAJKA
kreatywny
E: pawel@cietyjezyk.pl
T: 796 11 99 71

KAROL GOŁAJ
zarządzający
E: karol@cietyjezyk.pl
T: 792 22 94 07

E: biuro@cietyjezyk.pl