

WARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

STRATEGIA SPRZEDAŻY

POWERED BY



GŁÓWNE PUNKTY SPRZEDAŻY

  **KOMEDIA REŻYSERIA SERIALU 1670**

KOLEJNA GENIALNA ROLA KOMEDIOWA BARTŁOMIEJA TOPY 

DOBOROWA OBSADA: BARTŁOMIEJ TOPA (DROGÓWKA, 1670)

SANDRA DRZYMALSKA (**SEXIFY, BELFER**)

PIOTR TROJAN (**25 LAT NIEWINNOŚCI**)

MARTYNA BYCZKOWSKA (1670)

ANDRZEJ KONOPKA (**BIAŁA ODWAGA**)

EDYTA OLSZÓWKA (**LEJDIS**)

ANDRZEJ KŁAK (1670)

MICHAŁ BALICKI (1670)

ORAZ FILIP ZARĘBA (1670)

 **ŚWIETNA ROZRYWKA DLA KAŻDEGO** 

MUST SEE DLA FANÓW COSPLAY I LARP

LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY





POMYSŁ SPRZEDAŻOWY

W promocji LARP oprzemy się na trzech filarach: **odwołaniu do kultowego** i popularnego w szerokim targetcie **serialu 1670** i mocnym akcentowaniu informacji, że to **KOMEDIA twórcy serii** i występują tam **aktorzy z 1670**: Bartłomiej Topa, Martyna Byczkowska, Andrzej Kłak, Michał Balicki i grający w drugim sezonie Filip Zareba. **Odwołaniu do komedii rozgrywającej się w realiach szkoły**, bo wyniki dwóch części „Pieprzyć Mickiewicza” (łącznie ponad 0,8 miliona widzów) oraz „100 dni do matury” (ponad milion widzów) pokazują, że tematyka szkolna cieszy się powodzeniem wśród odbiorców z młodszej grupy wiekowej.

Targetowanie kampanii pod fanów cosplayu i LARP przez sprofilowaną kampanię w sieci, zatrudnienie cosplayerów-influencerów i strategiczną współpracę z partnerem filmu: agencją eventową 5żywiółów.





GRUPA DOCELOWA

- ➔ **MŁODZI LUDZIE 15-25 LAT**
- ➔ **FANI SERIALU 1670**
- ➔ **FANI FILMÓW PIEPRZYĆ MICKIEWICZA 1 & 2 ORAZ 100 DNI DO MATURY**
- ➔ **COSPLAYERZY I MIŁOŚNICY LARP, BYWALCY KONWENTÓW SF I FANTASY**
- ➔ **CZYTELNICY NOWEJ FANTASTYKI**
- ➔ **UŻYTKOWNICY SERWISÓW NAEKRANIE, FILMWEB**
- ➔ **MIŁOŚNICY POLSKICH KOMEDII**

LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY



TAGLINE'Y

KOMEDIA REŻYSERA SERIALU 1670

FANTASTYCZNIE ŚMIESZNA KOMEDIA REŻYSERA 1670

PRZED WYRUSZENIEM DO SZKOŁY ZBIERZ DRUŻYNĘ

JAK POSKROMIĆ TROLLA?

BARTŁOMIEJ TOPA (I INNI) BĘDĄ GRAĆ W GRĘ!

LARP

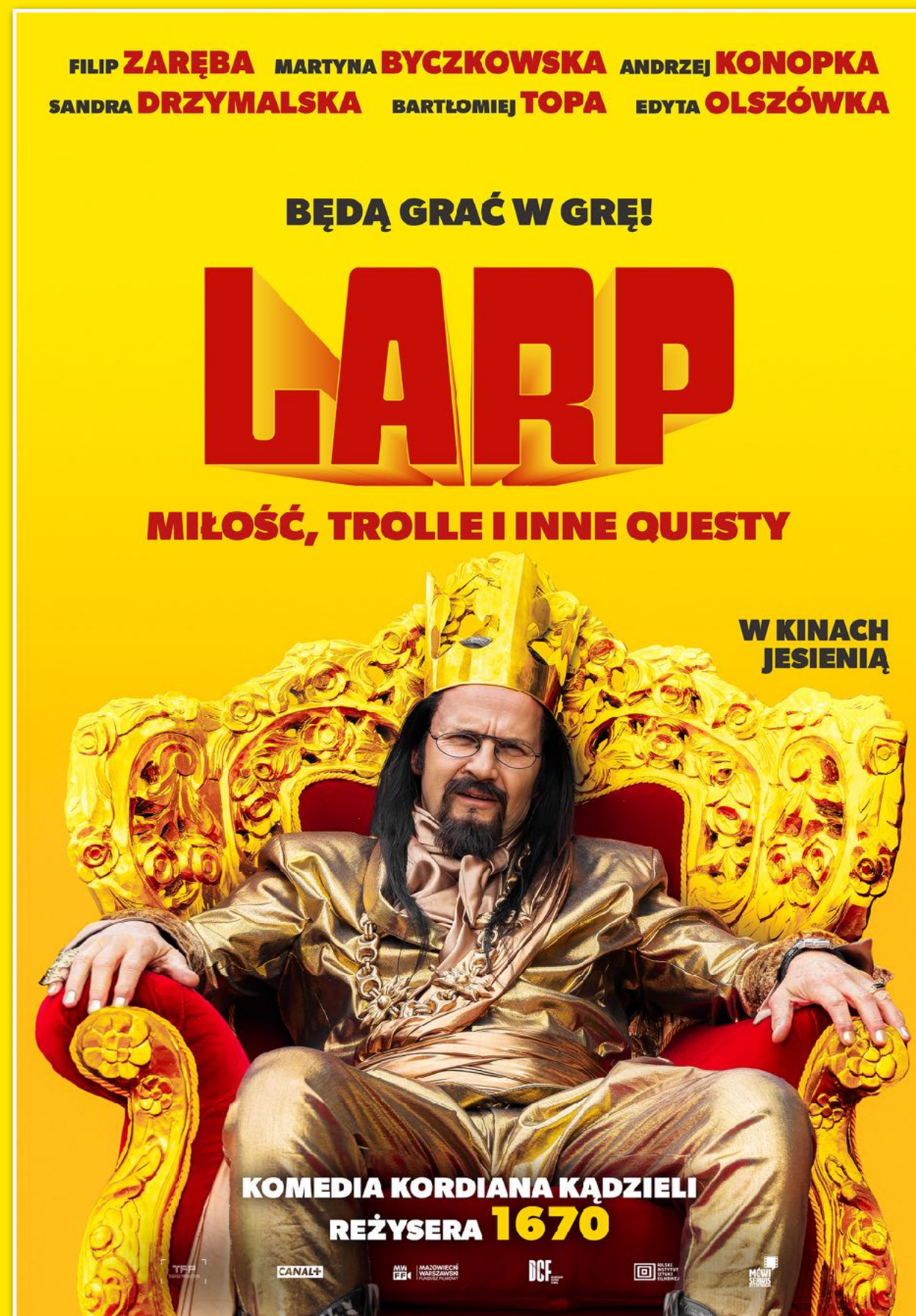
MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY



PLAKATY



TEASER 1 „DRUŻYNA”



TEASER 2 „TRON”

PLAKAT REGULARNY

propozycje work-in-progress

(w projektach wykorzystaliśmy zrzuty ekranu z przeglądarki filmu, do dopracowania)



„KONCHA”



„ONE-PUNCH MAN”

LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

HARMONOGRAM

KWIECIEŃ

14.04 - premiera plakatu „Drużyna”
i teasera (internet),
opis filmu i zestaw zdjęć

15.04 - start kanałów SOME,
premiera plakatu i teasera

CZERWIEC

9.06-12.06 - Forum Wokół Kina
pokaz filmu, premiera plakatu głównego,
premiera zwiastuna głównego (TBC)

13.06-15.06 - Pyrkon: spotkanie
z Kordianem Kądziałą, Filipem Zarębą
i Martyną Byczkowską; branding



16.06 - premiera internetowa
plakatu głównego i zwiastuna

MAJ

premiera plakatu „Tron”
krótki wywiad z Bartłomiejem Topą
(internet)

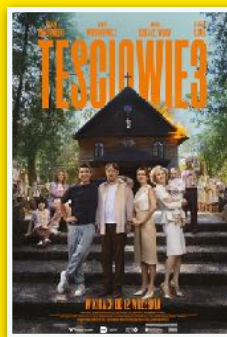
start działań SOME
(według osobnego harmonogramu)



LIPIEC

31.07-2.08 Pol'and'Rock Festival
(Akademia Sztuk Przepięknych - Kordian Kądziałą,
Martyna Byczkowska, Filip Zaręba)





WRZESIEŃ

5.09 - triling (OBECNOŚĆ 4*)
12.09 - triling (TEŚCIOWIE 3*)
26.09 - triling (WIELKI MARSZ)

SIERPIEŃ

1.08 - triling (BRING HER BACK, NAGA BROŃ*)



PAŹDZIERNIK

1.10 - start twardej kampanii - kina (digital posters),
TikTok, Instagram, Facebook, YouTube
10.10 - triling (TRON: ARES*)
13.10 - uroczysta premiera ZŁOTE TARASY
17.10 - wejście filmu do kin



LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

* tytuły na czerwono
rekomendowane
w pierwszej kolejności

LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

STRATEGIA PROMOCJI W SOME



STRATEGIA DZIAŁAŃ SOME 1/2

„LARP. Miłość, trolle i inne questy” to pełnometrażowy debiut Kordiana Kądzeli – jednego z najciekawszych reżyserów młodego pokolenia, autora kultowego serialu „1670”. To nowoczesna produkcja młodzieżowa ze świetną obsadą, która idealnie wpisuje się w bieżące trendy rynkowe, łącząc tematykę dorastania, kulturę geek i świat fantasy z wyrazistym, inteligentnym humorem – znakiem rozpoznawczym reżysera.

Na potencjał frekwencyjny i viralowy produkcji składają się:

- ➔ **Obsada i synergia z „1670”:** Połączenie świeżych talentów z rozpoznawalnymi aktorami z hitowego serialu buduje szeroki zasięg, wzmacniając wiarygodność projektu.
- ➔ **Uniwersalna tematyka:** Dorastanie, pierwsza miłość, przyjaźń, więzy rodzinne, potrzeba akceptacji – wszystko opowiedziane przez pryzmat LARPowej przygody.
- ➔ **Wyrazista warstwa komediowa:** Humor czerpiący z konwencji LARP, szkolnych i rodzinnych relacji oraz kontrastów między światem wyobraźni a rzeczywistością. To kino rozrywkowe z dużą dozą autoironii i popkulturowych smaczków, trafiające zarówno do młodszej, jak i starszej widowni.

STRATEGIA DZIAŁAŃ SOME 2/2

Na potencjał frekwencyjny i viralowy produkcji składają się:

- ➔ **Popularność gatunku:** Polska komedia młodzieżowa konsekwentnie zyskuje na popularności, przyciągając do kin coraz więcej młodych widzów.
- ➔ **Nisza z lojalną społecznością:** Fani RPG, fantasy, cosplayu i LARPów to grupa, która chętnie angażuje się w działania promocyjne, generując organiczny zasięg i tworząc własny content.
- ➔ **Wysoki potencjał viralowy:** Charakterystyczne postacie, cytaty i sceny komediowe tworzą idealny materiał do klikalnych formatów w social mediach (TikTok, Facebook, Instagram).
- ➔ **Silna identyfikacja widzów z bohaterem:** Każdy zna kogoś, kto „nie pasował” do szkolnych schematów.
- ➔ **Dogodny termin premiery:** Jesienna data (17 października 2025) sprzyja budowaniu narracji wokół powrotu do szkoły, nostalgii, halloweenowym przebierankom i stałej potrzebie kinowego eskapizmu.

„LARP. Miłość, trolle i inne questy” to produkcja, która ma wszelkie atuty, by stać się nowym przebojem młodego pokolenia. To projekt, który daje przestrzeń do szeroko zakrojonej, kreatywnej promocji oraz budowy wokół filmu zaangażowanej społeczności – zarówno w kinach, jak i w przestrzeniach cyfrowych.

STRATEGIA DZIAŁAŃ SOME 3/3

Dotarcie do fanów serialu „1670”

Istotnym celem naszej kampanii będzie dotarcie do starszych (35+) fanów serialu „1670” i zachęcenie ich do wizyty w kinie.

Hit Netflix, którego twórcą jest Kordian Kądziera i który zdobył ogromną popularność i status produkcji kultowej, będzie dla nas fundamentem dla działań bazujących na wykorzystaniu sukcesu serii, jej pomysłodawców i gwiazd - szczególnie Bartłomieja Topy.

Postać Bartłomieja Topy z „1670” - Jan Paweł Adamczewski, ma już silną pozycję w popkulturze, a pamięć o wcześniejszych rolach aktora w takich filmach jak „Drogówka”, „Wesele”, czy nawet w serialu „Złotopolscy” doskonale rezonuje z naszym targetem.

Planowana komunikacja w tym segmencie połączy nawiązania do „1670” z retrokulturą, odwołaniami do wspomnień, motywów z młodości i tradycji popkulturowych. Wykorzystamy tematykę nostalgii, która nie tylko przyciągnie uwagę, ale także rozbudzi sentyment do czasów szkolnych i pierwszych spotkań widzów „1670” z kinem, filmem i szeroko pojmowaną fantastyką.



MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

CHARAKTERYSTYKA GRUP DOCELOWYCH



BAD
STORK



GRUPA 1: DOROŚLI 35+ LAT



Fani serialu „1670”, „sentymentalni fantaści”, rodzice-fandomowcy

Zainteresowania:

- ➔ hard-fans serialu „1670” – oglądają go, cytują, stale do niego wracają
- ➔ miłośnicy talentu aktorskiego Bartłomieja Topy, pamiętający znakomite role m.in. w filmach Smarzowskiego, dziś odkrywający jego mniej znane komediowe oblicze
- ➔ fani klasyki ery VHS - filmowych hitów tamtych czasów i ówczesnych herosów popkultury.
- ➔ kolekcjonerzy nośników fizycznych: książek, komiksów, płyt, filmów na Blu-ray i DVD
- ➔ fani kina i literatury (fantasy, thriller, sensacja, sf)
- ➔ gry komputerowe i wideo - retro klasyki, remastery i masowe hity sprzedażowe.

Behawioryzm:

- ➔ wolne chwile spędzają w kinie bądź przed telewizorem - przy filmie, serialu lub z gamepadem w dłoni
- ➔ silnie angażują się w treści szanujące ich sentyment, wspomnienia i inteligencję
- ➔ cenią humor, dystans, autoironię i mądre nawiązania popkulturowe
- ➔ intensywnie reagują na „mrugnięcia okiem” i intertekstualne aluzje do historii, kultury, PRL-u
- ➔ razem ze swoimi dziećmi grają w planszówki, uczestniczą w maratonach filmowych,
- ➔ wprowadzają je w świat fandomu

Dorośli z żyłką nerda i geeka, wyczuleni na sentymentalne nawiązania do ulubionych filmów, serialu („1670”) i czasów młodości, gdy szkoła pachniała kredą, a bohater miał tylko 3 punkty many. Cenią sobie ironiczny humor – z dystansem, ale także z ciepłem i szacunkiem do przeszłości

Kanały dotarcia: Facebook, Instagram, YouTube, newslettery, podcasty, portale horyzontalne



GRUPA 2: MŁODZIEŻ 15–25 LAT (GEN Z)

Uczniowie szkół podstawowych i średnich, studenci, młodzi dorośli.

Zainteresowania:

- gry komputerowe i konsolowe (RPG, MMORPG, sandboxy)
- cosplay, LARP, fandom
- popkultura internetowa (memy, challenge)
- twórczość własna (fanarty, fanfiki, roleplaye, TikTok storytelling)

Behawioryzm:

- aktywnie konsumują i tworzą content
- silnie identyfikują się z niszami i subkulturami
- cenią autentyczność, inkluzywność i humor
- szukają w otoczeniu reprezentacji i nawiązań do własnych pasji i emocji
- chętnie uczestniczą w życiu online'owych społeczności (Discord, TikTok, Reddit)

Czują się nieco niedopasowani do „realnego świata”, ale znajdują siłę i tożsamość w swoich zainteresowaniach. Są wrażliwi na komunikację opartą na emocjach i humorze.

Kanały dotarcia: TikTok, Instagram, YouTube Shorts





GRUPA 3: MŁODZI DOROŚLI 25–35 LAT (MILLENIALSI)

Młodzi profesjoniści, absolwenci uczelni, osoby pracujące, z nostalgicznym stosunkiem do popkultury lat 90. i 2000+.

Zainteresowania:

- retro popkultura (fantasy lat 90. i 2000+, „Władca Pierścieni”, „Wiedźmin”, „Harry Potter”)
- gry planszowe i komputerowe (RPG, strategie, shootery, retro klasyki)
- seriale komediowe, akcyjne, fantasy, animowane ekranizacje gier („1670”, „The Office”, „Stranger Things”, „Gra o tron”, „The Last of Us”, „Arcane”)
- kultura geek / nerd / fanowska
- literatura i kino fantasy & sci-fi

Behawioryzm:

- konsumują treści świadomie, często krytycznie, z uwagą na jakość i autentyczność
- cenią humor, dystans, autoironię i inteligentne nawiązania popkulturowe
- lubią powracać do tematów z młodości w nowej, dojrzałej formie
- wykazują gotowość do wspierania unikalnych projektów
- są aktywni w mediach społecznościowych, ale bardziej selektywni w interakcjach

Silnie reagują na komunikaty oparte na nostalgii i inteligentnym humorze. Poszukują treści rozrywkowych, które nie są infantylne, a jednocześnie nieprzesadnie poważne. Lubią, gdy twórcy „mrugają” do nich okiem.

Kanały dotarcia: Facebook, Instagram, YouTube, newslettery, podcasty, portale informacyjne i popkulturowe

LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

**KANAŁY KOMUNIKACJI SOME
FACEBOOK I INSTAGRAM**



FACEBOOK / INSTAGRAM

Facebook i Instagram będą pełnić rolę kanałów wspierających, skierowanych (głównie) do starszej części widowni – millenialsów i młodych dorosłych (25–35), czyli tych, którzy wychowali się na fantasy, grach i popkulturze. To miejsce na ich pogłębiony kontakt z filmem i jego światem – estetyczny, nostalgiczny i bardziej informacyjny.

W obrębie tych mediów postawimy na stylowe materiały graficzne, storytelling wizualny, behind-the-scenes i wybrane sceny z filmu.

Zbudujemy klimat nieco bardziej dojrzały niż na TikToku, ale wciąż lekki, z humorem i dystansem.

Stworzymy przestrzeń do dzielenia się emocjami, wspomnieniami z własnej młodości i odkrywania geekowskich pasji.

FACEBOOK / INSTAGRAM

W komunikacji Facebook / Instagram postawimy na:

- ➔ **Nawiązania do serialu „1670”** – tekstowe i graficzne odwołania do klimatu hitu Netflix, jego twórców, gwiazd i kultowych motywów.
- ➔ **Estetykę fantasy** – dopracowane grafiki, kadry z filmu, backstage z planu – wszystko z klimatem magii, miecza i wyobraźni.
- ➔ **Nostalgiczny vibe** – przypomnienie, jak to było być „tym dziwnym od gier i książek fantasy” – i jak bardzo cool jest to dzisiaj.
- ➔ **RPG / geek culture** – wpisy i cytaty dla tych, którzy kochają świat gier fabularnych, planszówek i cosplayu – nie tylko jako hobby, ale jako styl życia.
- ➔ **Bohaterów filmu** – pokazując ich jako pełnokrwiste, ciekawe postacie, z którymi można się utożsamić i których historię chce się śledzić.
- ➔ **Poczucie wspólnoty** – zachęcając do dzielenia się swoimi historiami, doświadczeniami i pasjami. Bo „LARP” to przecież barwna psychologiczna opowieść o nas samych.

Podsumowując. Instagram będzie naszą wizualną wizytówką, a Facebook – miejscem dialogu i dłuższych historii. Oba kanały będą tworzyć emocjonalne zaplecze filmu i poszerzać jego świat w stylu, który zaangażuje starszego widza.

FACEBOOK / INSTAGRAM

Główne linie komunikacji Facebook / Instagram:

- ➔ **Z filmu – kadry, cytaty, sceny**
Atrakcyjne, emocjonalne, zaskakujące i najbardziej zabawne fragmenty filmu. Najlepsze zdjęcia, wyróżniające się kadry i krótkie scenki idealne do udostępniania. A na nich - prezentacja bohaterów, ich przygód i świata.
- ➔ **LARP, fantasy, RPG i geek culture**
Posty „edukacyjne” i lifestyle’owe o LARP-ach, RPG-ach, fantasy, cosplayu – łączące promocję z pasją użytkowników. Treści typu: „Jak wygląda prawdziwy LARP?”, „Czy znasz te klasy postaci?”.
- ➔ **Nostalgia i retro-emocje**
Treści o byciu outsiderem, pierwszej miłości, szkole, przyjaźniach i wspólnych pasjach, które kiedyś były „dziwne”, a dziś są powodem do dumy. Wszystko z humorem, ale i z sercem.
- ➔ **Interakcje z widzami / aktywizacja**
Zabawy, quizy, pytania do fanów: „Jaką klasą postaci jesteś?”, „Opisz swoją postać LARP-ową w 3 słowach”, „Pokaż swój cosplay!”. Wytworzenie przestrzeni do reakcji i komentarzy.
- ➔ **Informacyjnie – premiery, zwiastuny, wydarzenia**
Wszystko, co dotyczy kampanii: przypomnienia o dacie premiery, linki do trailera, udział w wydarzeniach, wywiady, recenzje, plakaty itd.

LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY



PRZYKŁADY KOMUNIKATÓW FACEBOOK I INSTAGRAM





LARP Film

Opublikowano 10:00

Najśłynniejszy Jan Paweł w historii wchodzi do świata fantasy! Bartłomiej Topa – gwiazda serialu „1670” zrzuca kontusz i wskakuje w nowe szaty króla! W filmie LARP. MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY zobaczycie Go jako tajemniczego idola głównego bohatera. O tym, jak odnajdzie się w świecie cosplayu, przekonacie się już 17.10.25. Oczywiście TYLKO W KINACH. Wbijajcie tłumnie - wTopy nie będzie!



Chcecie wiedzieć,
co tu się...
odjaniepawia?!

Wbijajcie do kina!





LARP Film

Opublikowano 10:00

Na Jego drodze do roli stanęło kilkudziesięciu konkurentów, stado goblinów i co najmniej dwa smoki. Wszystkiemu podołał! Przed Państwem filmowy Segiusz alias Serek - Filip Zaręba. LARP. MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY - TYLKO W KINACH od 17.10.



Jeden, by wszystkich zaskoczyć. **Jeden**, by rozbawić, **Jeden**, by ekipę połączyć i do kin Was zwabić.





LARP Film

Opublikowano 10:00

Twórca kultowego „1670” powraca z nowym sztosem! Komedia LARP. MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY - TYLKO W KINACH od 17.10.25. Będzie humor, akcja i walka. Na cosplayowym polu bitwy i o serce tej jedynej. Ostrzcie zęby i miecze!



„Na widzów czeka **nie tylko świetna komedia**. Zobaczycie też **miłość i emocjonujące bitwy**, które zaimponują każdemu!”

Kordian Kądziela
(reżyser, mistrz gry, łowca trolli)





LARP Film

Opublikowano 10:00

Wybór broni to nie żarty... XD. Jeden weźmie sztylet +3 do dramatyzmu, drugi łuk elfów, bo pasuje do płaszcza, a trzeci WYBIERZE... się do kina! Oczywiście na fantastycznie śmieszną komedię twórcy „1670” - LARP. MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY. TYLKO na dużych ekranach od 17.10.25.



Ruszasz w bój? Wybierz oręż swój!



Miecz świetlny



Miecz wiedźmiński



Miecz Spardy



Miecz Szcześniak



„Po co ci peleryna?”, „Ile można grać w te smoki?”, „To nie jest prawdziwy miecz”. Znacie to? My też! Ale prawda jest taka, że ci, co nigdy nie rzucili kostką, nie pokłócili się o drop i nie płakali po śmierci NPC-a... nawet nie wiedzą, co tracą. Bo fantasy to nie tylko hobby – to styl życia, epickie przyjaźnie i świat, w którym można być, kim tylko się chce. O tym jest ten film! LARP. MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY - od twórcy „1670” - TYLKO W KINACH od 17.10.25.

Ona: Co dziś robisz
po szkole?

Ja: Długo by opowiadać...





LARP Film

Opublikowano 10:00

Jeśli szukasz romansu, który połączy magię, potwory i nieco uczuciowego chaosu... to ten film jest dla Ciebie! LARP. MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY - fantastyczna komedia, od której serduszka mocniej biją - TYLKO W KINACH od 17.10.25. Gotowi przyjąć strzałę elfa-amora?



**„Z miłością jest jak z gruszką.
Gruszka jest słodka i ma kształt.
Spróbujcie zdefiniować
kształt gruszki”**

Andrzej Sapkowski

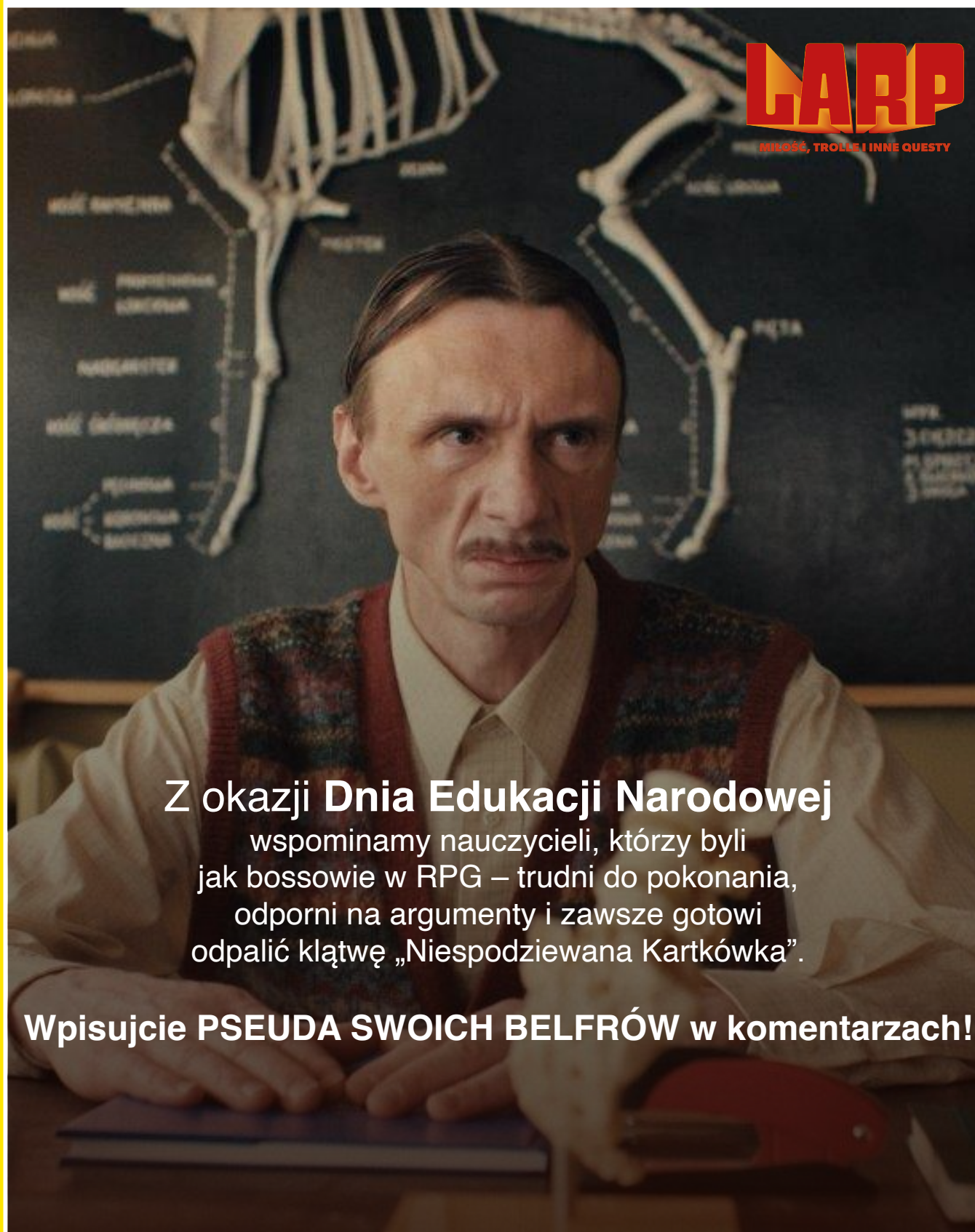




LARP Film

Opublikowano 10:00

Straszniejsi od wywerny i pałujący, jak trolle z maczugą. NAUCZYCIELE. Dziś, w ich dzień, wspominamy wszystkich tych, którzy upuszczali nam krwi w szkolnych ławach. Wpisujcie w komentarzach PSEUDONIMY Waszych „ulubieńców”.



Z okazji Dnia Edukacji Narodowej

wspominamy nauczycieli, którzy byli
jak bossowie w RPG – trudni do pokonania,
odporni na argumenty i zawsze gotowi
odpalić klątwę „Niespodziewana Kartkówka”.

Wpisujcie PSEUDA SWOICH BELFRÓW w komentarzach!



LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

KANAŁY KOMUNIKACJI SOME TIKTOK





TIK TOK

TikTok będzie naszym głównym kanałem dotarcia do młodej widowni.

W komunikacji postawimy na humor, emocje, luz i atrakcyjne treści osadzone w klimacie filmu. Skupimy się na tym, co naszej grupie docelowej najbliższe: outsiderstwie, pierwszych zauroczeniach, szkolnych i rodzinnych absurdach, a także hobby i pasji do fantasy. Dzięki TikTokowi widzowie nie tylko dowiedzą się więcej o filmie, ale też pozostaną z nim na dłużej.

Nasza komunikacja będzie odzwierciedlać język bohaterów i vibe całego filmu – będzie szybka, bezpośrednia, pełna dowcipu.

Bohaterowie „LARP-a” mówią naturalnie, bez cenzury, rzucając cięte riposty i używając autentycznego szkolnego slangu. To właśnie ten styl nadaje historii charakteru i sprawia, że widzowie mogą się z nią utożsamiać. Taki też będzie nasz dialog z odbiorcą.





TIK TOK

W komunikacji podkreślimy:

Humor - naszą bronią będą memy, ironia, a nawet szczypta cringe'u. Klimat „nerd z technikum vs świat”, zawsze z przymrużeniem oka.

Bycie outsiderem - pokażemy, że nie trzeba być „cool”, żeby być sobą. Nasz bohater nie pasuje do reszty - i dobrze - to jego supermoc!

Fantasy / LARP - magia, miecze, peleryny i wojownicy w plastikowych zbrojach. Estetyka, która się wyróżnia i daje masę możliwości wizualnych.

Szkołę i emocje - pierwsze zauroczenia, szkolne upokorzenia, walka o akceptację – czyli codzienność, która może (nieco) boli, ale przede wszystkim śmieszy.

Autentyczność - pokażemy scenki, które wyglądają jak codzienne życie (z nutką fantasy).

Emocjonalny vibe - bo za każdą magiczną zbroją i żartem kryją się prawdziwe uczucia. Chcemy, żeby młody widz odnalazł w naszych treściach siebie, swoje sytuacje i własne emocje.



ODBIORCA TIKTOKA

Naszym odbiorcą będą nastolatki
oraz młodzi dorośli w wieku **15-24 lata**.

Uczniowie, miłośnicy gier, systemów RPG
i gier typu LARP, cosplayerzy.

Fani książek, gier, czy filmów typu fantasy.

Osoby zainteresowane kreowaniem fikcyjnych
światów i postaci, aktywnie uczestniczące
w społecznościach fandomowych.



LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

AKCJE NIESTANDARDOWE



BAD
STORK

DZIAŁANIA - OUT OF THE BOX

Chcemy wyjść poza Social Media i działać nieszablonowo, łącząc aktywności online z wydarzeniami i aktywacjami offline.



Lepsze zasięgi!

- Dotarcie do kluczowej grupy odbiorców. ←
- Budowa zaangażowanej społeczności wokół filmu. ←
- Aktywizacja i integracja ze środowiskiem polskich fanów fantastyki. ←
- Uwiarygodnienie produkcji w oczach fandomu. ←
- Organiczny buzz. ←



ZAPROSZENIE NA PREMIERĘ LARPOWYCH COSPLAYERÓW

Przy okazji uroczystej premiery filmu chcemy zintegrować i włączyć w promocję społeczność LARPOwą. Stworzymy konkurs na najlepsze przebranie w klimatach fantasy, którego laureaci będą gośćmi specjalnymi wydarzenia i zasiądą na udostępnionej przebranym osobom sali kinowej.

Nasza akcja będzie składała się z kilku etapów:

- ➔ Przygotowanie i ogłoszenie konkursu.
- ➔ Wybór zwycięzców
- ➔ Zaproszenie laureatów na premierę
- ➔ Przemarsz cosplayerów przez galerię Złote Tarasy
- ➔ Zdjęcia na czerwonym dywanie
- ➔ Spotkanie z twórcami filmu po premierze

LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

WSPÓŁPRACE Z INFLUENCERAMI



BAD
STORK



BANIAK BANIAKA

Baniak Baniaka to popularny polski kanał na YouTube, specjalizujący się w tematyce gier RPG oraz szeroko rozumianej fantastyce. Twórca kanału publikuje m.in. poradniki skierowane do początkujących Mistrzów Gry, sesje RPG oraz różnorodne materiały angażujące dużą i aktywną społeczność fanów. Kanał posiada lojalne grono odbiorców, regularnie komentujących i dzielących się swoimi opiniami na temat zamieszczanych filmów.

W ramach naszej współpracy mógłby zrealizować dedykowany odcinek związany z tematyką LARP-ową lub subtelnie wkomponować lokowanie filmu w jeden z przygotowywanych materiałów.



Youtube: 38,2 tys.



Instagram: 5,5 tys.

GOSPODA RPG

Gospoda RPG to trójka przyjaciół, którzy dzielą jedną miłość do gier RPG. Na ich kanale regularnie pojawiają się sesje RPG oraz praktyczne poradniki, które powstają w odpowiedzi na pytania zadawane przez widzów. Na ich kanale znajdziecie zarówno przygody prowadzone przez doświadczonych graczy, jak i rozgrywki, w których biorą udział pełni nowicjusze. Na kanale często goszczą znane postacie z YouTube, co dodatkowo angażuje i inspirowe odbiorców.

W ramach naszej współpracy Gospoda RPG mogłaby przygotować specjalną sesję tematyczną inspirowaną światem filmu lub stworzyć dedykowany materiał, np. poradnik dla graczy i Mistrzów Gry.



Youtube: 20 tys.



Instagram: 3,5 tys.

LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

BUZZ MARKETING



BAD
STORK

BUZZ MARKETING

Nasz zespół składający się z grupy **20 osób**, który zgodnie z przyjętą wcześniej strategią oraz działaniami wzmocni pozycję filmu w internecie.



 Rozpowszechnianie informacji o zbliżającej się premierze filmu 

 Kreowanie przekazu zgodnie z przyjętą strategią - najgorętszy film dla nastolatków,
musisz go zobaczyć, coś nowego w polskim kinie! 

 Działania na YouTube, Tiktoku, Filmwebie, grupach o tematyce LARPowej/fantastyki 

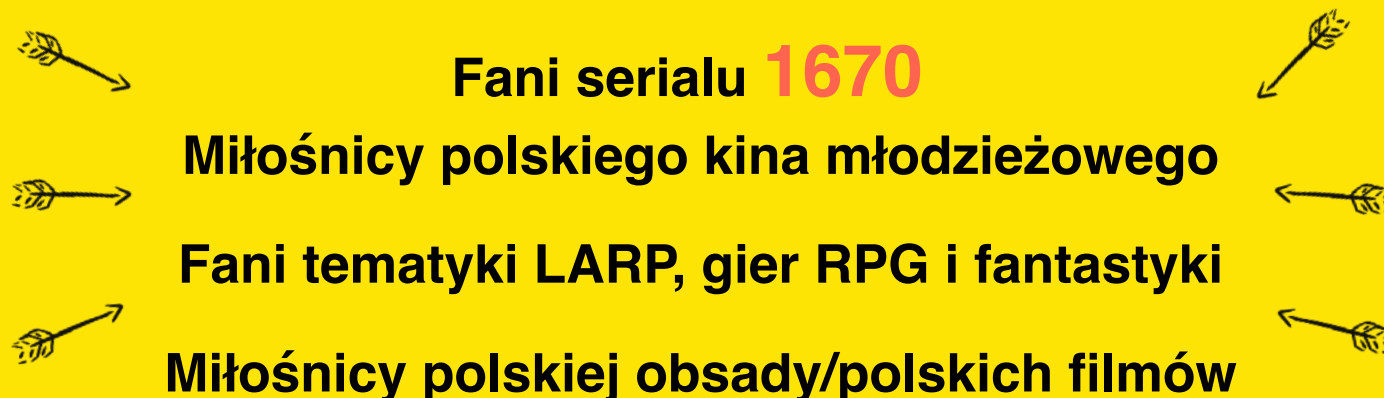
 Moderacja komentarzy w pożądanym kierunku 

 Udział w działaniach aktywizujących na kanałach SOME filmu 

 Podnoszenie ocen gwiazdkowych filmu (Filmweb, Interia, Multikino) 



GRUPA DOCELOWA



Obszar Działania

- **Filmweb** - Dobrze oceniamy film. Tworzymy nowe wątki i wpisy, aby zaznaczyć swoją obecność na szczycie dyskusji w profilu filmu. CEL - „Przejęcie” TOP 3 wątków
- **Komentarze pod zwiastunami innych polskich filmów**
- **Profile SOME sieci kin** - Multikino, Cinema City, Helios - zadajemy pytania kinom, czy będą grać? I kiedy będzie można u nich zobaczyć
- **Profile SOME serwisów filmowych** NaEkranie, Filmożercy, Movies Room, Film.org.pl, Cinema.pl, etc
- **Profile SOME** działów kultury dużych serwisów - Onet, Interia, WP
- **Profile SOME** aktorów występujących w filmie.
- Wszędzie tam, gdzie pojawiają się wzmianki o filmie - recenzje, galerie, etc.
- **Grupy na FB** o tematyce LARP i fantastyki

LARP

MIŁOŚĆ, TROLLE I INNE QUESTY

DZIĘKUJEMY

