



2025-ös pályázat nyertese

Az Év rendezvénye kategória:

Az Év digitális rendezvénye alkategória

Universum 8

Pályázati anyag címe: Samsung - Jövőálló.Kampusz

Az Év rendezvénye kategória: Az Év digitális rendezvénye alkategória

Universum 8- Samsung - Jövőálló.Kampusz

Milyen digitális kommunikációs eszközöket használt a célközönség eléréséhez, mennyire bizonyultak hatékonyak ezek?

A Jövőálló Akadémia platformján, a Samsung felületein, hirdetésekben valamint minden a projektben előadóként vagy Minecraft tartalomgyártóként résztvevő ismert ember felületein promóztuk az eseményt, szegmentálva annak mentén, hogy a kommunikáció adott fázisában a játékon, az építésen vagy az eseményen volt-e a hangsúly. Az élő esemény a Minecraft mellett a Jövőálló Akadémia videós csatornáin szerkesztetten valamint az influencereknél az ő szemszögüket bemutatva került élőben közvetítésre előre felvett és vágott bejátszó szegmensekkel kiegészülve.

Milyen szolgáltatásokkal járult hozzá a nevezett rendezvényhez?

Kreatív koncepció, Minecraft szerver tervezés és üzemeltetés, tartalomgyártás, streaming, in-game kommunikáció

A nevezett rendezvény mennyiben volt egyedi, kreatív? Hogyan járult hozzá az ügyfél és a résztvevők elégedettségéhez, mit tett az adott rendezvényen az élmény növeléséért?

A Z és Alfa generáció megszólítása minden márka számára kihívást jelent. Nem vagy nem úgy használják a tradicionális és digitális platformokat mint a korábbi célcsoportok és sokszor más nem is feltétlenül kommunikációra és közösségépítésre tervezett terekben élik a szociális életüket. Ennek a kihívásnak a megoldásához kerestünk és a Minecraftban találtunk is egy tökéletes platformot. A játék nem az egyjátékos élményre fókuszál, a közösségformáló ereje pedig magasabb az átlagosnál. Mivel játékos száma hatalmas, a Minecraft az alkotással és egyedi játékelményével képes csoportokat létrehozni, a tagjaikat pedig elkötelezett rajongókká konvertálni. A játék rajongói (jellemzően Gen Z és Alfa) elkötelezettek és nincs olyan Minecraft-hoz köthető tartalom, ami ne keltené fel a fanatikusok érdeklődését. A téma óriási táborra képes elérni, így nem csoda, hogy egy-egy Minecraft-világra fazonírozott esemény is mindig hatalmas érdeklődésre tart számot. Épp ezért egy játék világában tartott, közös építést is ösztönző program, melyben a rajongók kedvencei is megjelennek, vonzó lehet a megszólítani kívánt célközönség számára. Ismertesse a rendezvény komplexitását. Milyen kihívásokkal találkozott a lebonyolítás során?

Kiemelt fontosságú volt, hogy a megrendelőnk multikulturális dolgozóinak igényeire mind figyelemmel legyünk. Az étkezési szokásokra, vallási és egyéb igényekre is odafigyeltünk, úgy, hogy mindent abszolút gender semleges kommunikáljunk.

Ismertesse a rendezvény komplexitását. Milyen kihívásokkal találkozott a lebonyolítás során?

ELŐKOMMUNIKÁCIÓ Az esemény előtt egy hónappal indult el az elő kommunikáció, ahol a főszerep az előadóké és a tartalomgyártóké volt. A felhasználókat lépésről lépésre vontuk be az aktivitásra és folyamatos impulzusokkal (aktivitások + kommunikáció) tereltük őket a Minecraft szerverünkre. Akit be tudtunk vinni, az pedig jellemzően ott és aktív maradt.

ÉPÍTŐVERSENY & SZAVAZÓ SHOW Az esemény kiemelt felvezetéseként a szerver beindítását támogatandó egy építő versenyt szerveztünk, ahol a lelkes játékosok a Jövőállós Kampusz épületét alkothatták meg. A benevezett alkotások közül az kampányban résztvevő Minecraft tartalomgyártók egy közös, élő eseményen választották ki a kedvencüket, ami végül otthont adott a későbbi főeseménynek, ráadásul az alkotó Samsung ajándékokkal is gazdagabb lett. A show-t kifejezetten közel tartottuk a főeseményhez, így fenntartva az érdeklődést és motiválva minél többeket a csatlakozásra **FŐESEMÉNY** A főesemény megálmodásakor is az

volt a cél, hogy többet adjunk egy egyszerű előadássorozatnál. Az adásmenetet úgy alkottuk meg, hogy játékok, aktivitások és gamifikált elemek tarkítsák az edukatív és informatív szegmenseket, megakadályozva az elvándorlást és a lehető legautentikusabb Minecraft event élményt nyújtva a közönség számára.

Miért volt FLASH a nevezett rendezvény?

Az esemény kommunikációja 300.000-nél is több releváns embert ért el és több ezer embert vonzott be az aktivitásokra, streamekre és a szerverünkre. Több mint 150 építmény készült el az építő versenyen és az esemény közvetítése közel 50.000 megtekintést produkált a Minecrafton, a hivatalos YouTube-on valamint az influencerek csatornáin. Az előadások önállóan visszanézhető formában felkerültek a Youtube-ra ahol még további több ezer lejátszát elérve, a játék pedig ez esemény végeztével sem állt le, hiszen a szerveren még a stream után egy hónappal is voltak aktív felhasználók, akik közösen kóboroltak és építettek a Minecraft világában.