

RAY



„Jesteś wart tyle, ile Twoje ostatnie trzy prace”.

Dzięki prawie 20-letniemu doświadczeniu pracy w reklamie mogliśmy stworzyć agencję DBA.
D jak design, B jak branding, A jak advertising. W każdym z tych działów zrealizowaliśmy wiele
interesujących projektów, ale zapraszamy do zapoznania się tylko z trzema najnowszymi:

D jak design:

1.

Wyróżniające opakowanie
najwyższej jakości piwa: butelka
w całości pokryta czarną matową
farbą, zalakowany kapsel
i papierowa tuba.

**Nagroda specjalna w konkursie
Kreatura 2017**

**Wyróżnienie w kategorii Design
w konkursie Kreatura 2017**



2.

Okazjonalne opakowanie orzeszków ziemnych dedykowane na czas mistrzostw świata w piłce nożnej. Torebka w kształcie piłkarskiej koszulki z nazwą umieszczoną w konwencji nazwisk zawodników.



B jak branding:

1.

Kreacja nowego brandu.
Logotyp, identyfikacja wizualna,
architektura opakowań Browaru Tarczyn.
Projekt puszki dla głównego produktu
- piwa jasnego. Zdecydowany branding
w czysty, minimalistyczny sposób
wyrażający tradycyjnie piwną estetykę.





2.

Rebranding mleka Łowickiego.
Zmodernizowany logotyp
i liternictwo, przeprojektowany
brand character, wprowadzony
wzór z łowickich wycinanek.



3.

Kreacja marki soków nowej generacji
- zmieniającej się wraz z porami roku
- produkt z owoców sezonowych.
Przykład zastosowania estetyki eko
dla masowego produktu.



A jak advertising:

1.

Kreacja i produkcja „animowanych etykiet”, czyli filmów promujących piwa. Zeskanowanie kodu QR z butelki uruchamia w smartfonie film umieszczony na fanpage'u Browaru Jabłonowo.

**Nagroda Główna w konkursie
Kreatura 2017 (kategoria film
- wideo w internecie)**

**Nominacja w konkursie
Art of Packaging 2018**

Jeśli chcesz zobaczyć kampanię
[kliknij tutaj](#)



2.

Kreacja kampanii lunch.zip dla pierwszego batonika mięsnego na polskim rynku. Film wyraża ideę marki: batonik dzięki wysokiej zawartości mięsa i pożywnych dodatków jest skompresowanym posiłkiem.

Zrealizowaliśmy spot na podstawie opracowanej przez nas strategii komunikacyjnej.

Zaprojektowaliśmy również opakowania i materiały POS.

lunch



lunch.zip



lunch.zip



szybki **skompresowany** posiłek
pełen treści, aby skasować głód

1/2 LITRA PIWA ZAWIERA 25 GRAMÓW CZYSTEGO ALKOHOLU ETYLOWEGO

NAWET TAKA ILOŚĆ SZKODZI ZDROWIU KOBIET W CIĄŻY I JEST NIEBEZPIECZNA DLA KIEROWCÓW



SWIĘTUJ Z NAM!

700 LAT
Lublina

PERŁA

CHMIELOWA

ŚWIĘTUJ Z NAM!

Sprawdź pod kapsłem,
czy wygrałeś
PIWO lub **150 ZŁ!**

Loteria trwa od 01.04 do 31.07.2017 r., który jest ostatnim dniem wymiany promocyjnych kapsli na nagrody w loterii. Szczegóły i regulamin loterii na www.perla.pl

1/2 LITRA PIWA ZAWIERA 25 GRAMÓW CZYSTEGO ALKOHOLU ETYLOWEGO

NAWET TAKA ILOŚĆ SZKODZI ZDROWIU KOBIET W CIĄŻY I JEST NIEBEZPIECZNA DLA KIEROWCÓW



PERŁA

CHMIELOWA

Pils

OD 1846

MIASTO PERŁY, PERŁA REGIONU

1/2 LITRA PIWA ZAWIERA 25 GRAMÓW CZYSTEGO ALKOHOLU ETYLOWEGO

NAWET TAKA ILOŚĆ SZKODZI ZDROWIU KOBIET W CIĄŻY I JEST NIEBEZPIECZNA DLA KIEROWCÓW



OD 1846

PERŁA

CHMIELOWA

Pils

**NASZ REGION,
NASZA PERŁA**

3. Kampanie outdoorowe dla marki Perła.

Dlaczego DBA to agencja inna niż wszystkie?

Bo tworzymy wyróżniające się opakowania
według naszej autorskiej metody projektowania 5D.



Czym jest metoda 5D?

Konkurencja na rynku wymusza wykorzystywanie wszystkich możliwości marketingowych, jakie drzeją w opakowaniu. Aby odkryć i w pełni spożytkować potencjał opakowania, opracowaliśmy metodę projektowania 5D.

Metoda projektowania opakowań 5D to sposób na tworzenie wielowymiarowo atrakcyjnych i wyróżniających się opakowań, które sprawdzają się w walce rynkowej zwiększając szanse produktu na sukces.

1. Design - który porusza wszystkie zmysły (a nie tylko zmysł wzroku) zgodnie z postulatami marketingu sensorycznego oraz bierze pod uwagę najważniejsze aspekty funkcjonowania produktu oraz możliwości technologiczne

2. Dystrybucja - Czyli w co pakowany i jak dystrybuowany jest produkt. Uwzględnianie ograniczeń technologiczno-logistycznych i poszukiwanie rozwiązań pozwalających na przekształcenie dystrybucji w medium do komunikowania się z konsumentem w celu zwrócenia uwagi na produkt

3. Dodatek - czyli tworzenie dodatkowej wartości, jaką opakowanie daje konsumentowi zwiększając atrakcyjność produktu i zachęcając do zakupu

4. Demonstracja - dbamy o to, aby umożliwić konsumentowi demonstrowanie bliskich mu wartości w sposób zgodny ze strategią komunikacyjną marki

5. Doznanie - całościowe wrażenie satysfakcji, jakie wywołuje komunikacja 5D oparta na opakowaniu na konsumentach

**Zobacz, ile możliwości
daje 5D w praktyce
na przykładzie jednego
aspektu opakowania
- otwarcia**

Niezwykłe otwarcie?



Koncept na nową markę przekąsek mięsnych dla dzieci kreatywnie wykorzystujący laserową perforację, a więc techniczny, pomijany aspekt opakowania.

Po otwarciu opakowania postać z etykiety dosłownie otwiera paszczę. Przykład zastosowania metody 5D w obszarze Dodatku i Demonstracji.

A może po prostu brak otwarcia?



Świat Luksusowej to świat prawdziwych mężczyzn, którzy potrafią żartować sami z siebie. Zadaniem było stworzenie opakowania VAP na rynek amerykański.

Zaproponowaliśmy opakowanie-wyzwanie, nie posiadające otwarcia, szczelnie zaklejone, które należy otworzyć gołymi rękami. Nagrodą za ten wyczyn są cztery metalowe kieliszki.

Albo otwarcie wspak?

Rozwinęliśmy ten koncept także na opakowanie z jednym kieliszkiem, a nawet na butelkę bez żadnego kieliszka!

Wyzwanie - otwarcia jedną ręką
lub odkręcenie butelki w przeciwną stronę.



Podsumowując: w ujęciu metody 5D idea opakowania-wyzwania jest wyrażona we wszystkich 5 wymiarach:

Design – działa na zmysły (w tym przypadku zmysł dotyku) oraz uwzględnia pozostałe obszary 5D

Dystrybucja – solidne opakowanie kruchej zawartości jako zwracający uwagę POS

Dodatek – promocyjne kieliszki + męskie wyzwanie

Demonstracja – otwieranie butelki, rozrywanie opakowania jest istotnym punktem imprezy i okazją do zademonstrowania wartości marki

Doznanie – całościowe doznanie świata marki Luksusowej i to jeszcze przed otwarciem butelki!

Poznajmy się!

Pracujemy w reklamie od 1998 roku.

Tworzyliśmy kampanie dla wiodących marek
m. in. w branżach:

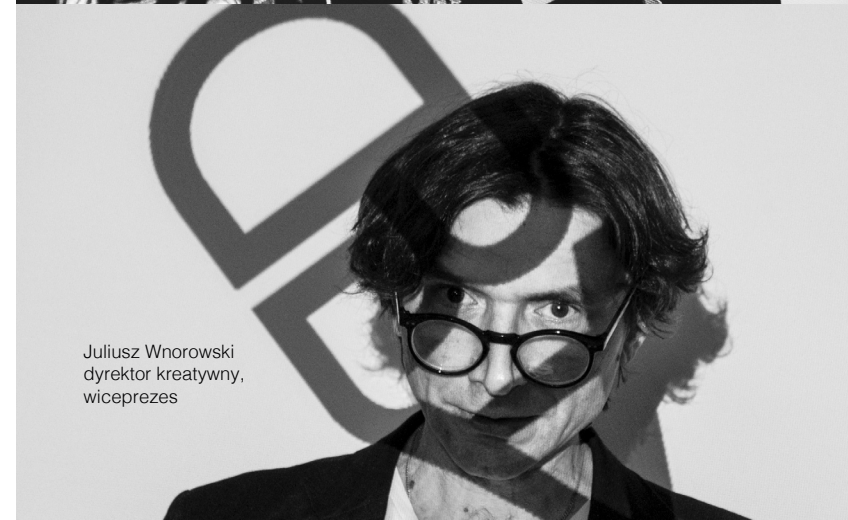
**spożywczej, farmaceutycznej, samochodowej, finansowej,
medialnej. Zrealizowaliśmy ponad 100 filmów reklamowych.**

Zdobyliśmy nagrody we wszystkich najważniejszych konkursach
kreatywności i efektywności reklamowej.

W 2016 roku założyliśmy własną agencję reklamową DBA.
Doświadczenie w komunikacji marketingowej i projektowaniu
umożliwiło nam opracowanie kompleksowej autorskiej metody
projektowania opakowań 5D, dzięki której tworzymy marki
odnoszące sukcesy rynkowe oraz realizujemy kreacje nagradzane
w konkursach.



Paula Surzyn
prezes zarządu



Juliusz Whorowski
dyrektor kreatywny,
wiceprezes



Piotr Surzyn
dyrektor kreatywny

DBA - zintegrowana komunikacja
BOX OFFICE - projektowanie opakowań 5D



DBA BOX OFFICE
ul. Nowy Świat 35
00-029 Warszawa
Tel. +48 22 299 18 88
biuro@boxofficestudio.pl

+ HoReCa



Dla kanału HoReCa Coca-Coli zaprojektowaliśmy 36 key-visuali dla marek: Coca-Cola, Coca-Cola Light i Coca-Cola Zero, w stylistyce retro pozwalającej na umieszczanie brandingu Coca-Coli w przestrzeni miejskiej objętej ochroną konserwatora zabytków, w 12 największych miastach Polski. Zaproponowaliśmy formę retro-kolaży, które pozwoliły na swobodną adaptację na wiele różnych materiałów BTL.

Naszym zadaniem było też zaprojektowanie spójnych z linią "retro" materiałów POS takich jak: serwetniki, karty menu, potykacze, stojaki z menu.

