

Rowerowy placek.

Jak opowiedzieć o miejscu, w którym nic się nie dzieje? Tak myśli o swoim mieście większość słupszczan. Słupsk to piękne miejsce, ale jeśli jesteś tu pierwszy raz i zgłodniejesz, nie masz wielkiego wyboru. Gdzie się nie obejrzyysz tam pizzeria. Wiosną kilka lat temu Pomorska Agencja Rozwoju Regionalnego ogłosiła konkurs na lokalny produkt turystyczny, dzięki któremu przyjezdni lepiej poznają to miejsce i będą wracać. Pomyślałem że, to coś dla mojej agencji reklamowej. Jak fajnie i nie sztampowo pokazać miasto? Przyjąłem wyzwanie. Ale najpierw zgubiłem się w lesie.

Pewnej słonecznej niedzieli startowałem w rowerowej imprezie na orientację. Zabłądziłem w lesie. Nic nie zgadzało się z mapą. Nogi bolały. W żołądku ssało. Zajrzałem do plecaka ale był pusty. Zamarzyłem o wielkim placku pachnącym oregano i roztopionym serem. I wtedy wpadła mi do głowy niepozorna z początku myśl. A gdyby tak połączyć imprezę na orientację i szukanie pizzy. Dostajesz mapę miasta, którego nie znasz. Masz na niej zaznaczone kilka pizzerii, twoim celem jest odnaleźć je - oczywiście na rowerze. Kiedy znajdziesz lokal to wcielasz się w rolę kucharza. Twoim zadaniem jest przygotować pizzę, ale tak by oddać charakter miejsca. Bo każda pizzeria, do której trafisz jest wyjątkowa i żeby dobrze wykonać to zadanie najpierw poznajesz jej opowieść. Na koniec degustujesz kawałek pizzy. Kiedy o tym myślałem poczułem na skórze dreszcze. Zawsze tak jest kiedy coś mi się podoba. Zapomniałem o głodzie i wskoczyłem na rower by stworzyć nowy produkt turystyczny.

Przez dwa tygodnie pomysł chodził ze mną wszędzie. Z małego ziarenka pielęgnowanego codzienną pracą, wykiełkował w duży i dojrzały owoc. Dopracowałem i złożyłem projekt organizacji imprezy rowerowej pt. Słupskie Smaki. Nie miałem, żadnych wątpliwości, że wygram. Kiedy jury ogłosiło wyniki dowiedziałem się, że na lokalny produkt turystyczny wybrano ser pleśniowy – „Słupski chłopczyk”. Jak to?! Przegrałem z pleśnią! Konkurs miał promować nowe, świeże podejście, a zwyciężył wcale nie nowy, a tym bardziej nie świeży pomysł. Podobał mi się mój projekt i postanowiłem, że sam zorganizuję taką imprezę. Za własne pieniądze. Z pełną świadomością ryzyka, że jeśli frekwencja nie dopisze to dopłacę do interesu. W końcu moja firma nie tylko wymyśla ale i realizuje swoje pomysły. Nie wiedziałem jednak na co się porywam.

To był bardzo ciężki miesiąc. Rozmawiałem, przekonywałem i często zastanawiałem się po co mi to wszystko. Właściciele pizzerii albo bali się sanepidu, mówili - „nie mogę wpuścić turystów do kuchni”, albo nie chcieli się dołożyć do organizacji, albo chcieli ale termin im nie pasował, albo tysiąc innych problemów. Najtrudniej było wtedy kiedy w jednym z lokali usłyszałem że jestem hieną bo żeruję na krzywdzie, bo oni prawie bankrutują a ja chcę na tym zarobić. Ale zrobiłem to. Przekonałem 8 pizzerii. Z każdą z nich pracowałem nad stworzeniem niepowtarzalnej historii, żeby uczestnicy mogli oddać jej ślad w tworzonej pizzy. W imprezie wystartowało około 100 uczestników. Słuchając ich relacji o tym jak świetnie się bawili, zazdrościłem im udziału w takiej zabawie. Pokazałem turystom miasto z perspektywy okrągłego placka z dodatkami. To była doskonała reklama miasta i lokali, które wzięły udział w imprezie. Tworzę marketing niekonwencjonalny. Opowiadam o produktach, usługach i miejscach inaczej. Jeśli jesteś przekonany o tym że w twojej firmie, twoim życiu, twojej usłudze czy produkcie też „nic się nie dzieje” – pomogę Ci ciekawie o tym opowiedzieć.