

Рекламная кампания по открытию Эко-лагеря "Бобровый островок" в Парке Сказов г.Арамилъ

Автор:
Левина Лидия
Артамонова Александра
Группа Т209

Цели:

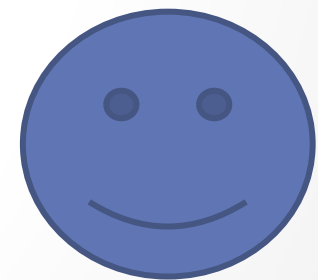
- Повысить узнаваемость лагеря среди местного населения, а также в области;
- Привлечь как можно больше потенциальных клиентов;
- Распространить информацию о лагере не только среди населения г. Арамиль, а также в г. Екатеринбург и в близлежащих городах;
- Привлечь внимание к данному развлекательному комплексу и популяризировать его;
- Увеличить продажи туров в лагерь и соответственно прибыли;
- Формирование положительного отношения к лагерю.

Создание рекламного обращения:

- «Парк Сказов» — семейный тематический парк русских сказок на Урале, в городе Арамиле. Туристические программы и объекты, расположенные в данном парке, так или иначе отсылают к произведениям Павла Бажова — на входе посетителей встречают аниматоры в костюмах сказочных героев, а на улочках парка располагаются жилища персонажей — Хозяйки Медной горы и многих других. Именно здесь и располагается наш культурно-развлекательный эко-лагерь «Бобровый островок» для детей и подростков.
- «Отдых на природе - это то, что нужно Вашему ребёнку!»

Масштаб проведения:

□ Свердловская область, Урал.



Потенциальные потребители (возраст, образ жизни):

По соц. характеристикам:

- для семейных людей с детьми (молодожёны, полное гнездо);
- дети от 7 до 18 лет;
- дети, которые любят активно проводить свободное время.

По соц. статусу:

- рабочие средней квалификации;
- служащие, торговцы, часть высококвалифицированных рабочих;
- люди преуспевающие в сфере бизнеса или свободных продаж.

По уровню дохода:

- средний уровень и ниже среднего.

Воздействие на потребителя:

❖ Рациональные мотивы:

(Появление свободного времени у родителей, удобство, экономия - рассчитано на людей с небольшим достатком, гарантия качества турпродукта, гарантия безопасности, полезность, экологичность - находится на природе).

❖ Эмоциональные мотивы:

(Самореализации и социализация ребёнка, радость, развлечения, открытие нового для ребёнка, привлекательность).

❖ Нравственные мотивы:

(Воспитание ребёнка, прививание правильного поведения в обществе).

Стратегия позиционирования - воспитание отношения к торговой марке.

Способы распространения:

□ Интернет:

(официальный сайт, страницы в соц. сетях, ведение групп, активная рассылка пользователям в личных сообщениях, реклама в тематических группах г. Арамил, г. Екатеринбург и Урала).

□ Печатные издания:

(газеты и любые печатные новостные издания г. Арамил и г. Екатеринбург, а также области).

□ Раздаточная реклама:

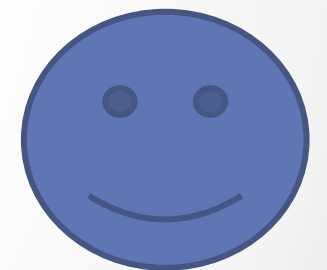
(флаеры – раздача на улице и в магазинах).

□ Наружная:

(на общественных остановках г. Арамил и г. Екатеринбург, в общественном транспорте, в ТРЦ, аквапарке, цирке, зоопарке, на детских площадках, в детских садах, школах и в любых других местах большого скопления детей и народа).

Сроки проведения:

- Апрель - май 2020
- Ежегодно





Бобровый островок



"Парк Сказов" г. Арамиль, пос. Светлый +796746086
[Http://bobrov.ostrovok.ru](http://bobrov.ostrovok.ru)



Бобровый островок

*Детский культурно-развлекательный эко-лагерь
"Бобровый островок".*

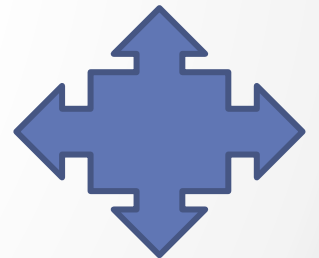
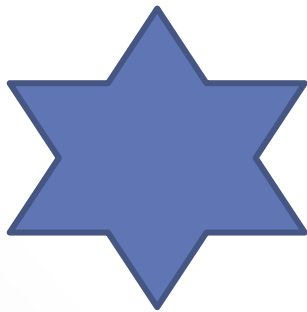
*Расположен на территории Парка Сказов - семейный
тематический парк русских сказок на Урале, в городе
Арамиль, где находится красивая природная
территория.*

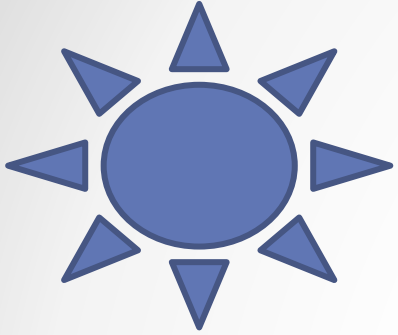
- Туристические программы;*
- Аниматоры ;*
- Концерты;*
- Праздничные программы;*
- Шоу программы ;*
- Культурные объекты.*



Ожидаемый результат:

- Сделать лагерь одним из популярных и узнаваемых культурно-развлекательных комплексов среди молодёжи по Свердловской области.





Спасибо за внимание!

