

# 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. Арамилы, г. Екатеринбурга и Урала).

## □ Печатные издания:

(газеты и любые печатные новостные издания г. Арамилы и г. Екатеринбурга, а также области).

## □ Раздаточная реклама:

(флаеры – раздача на улице и в магазинах).

## □ Наружная:

(на общественных остановках г. Арамилы и г. Екатеринбурга, 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".*

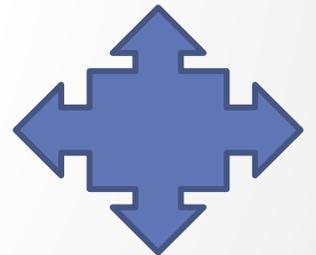
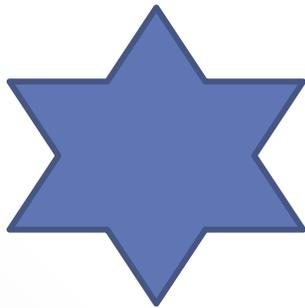
*Расположен на территории Парка Сказов - семейный  
тематический парк русских сказок на Урале, в городе  
Арамиль, где находится красивая природная  
территория.*

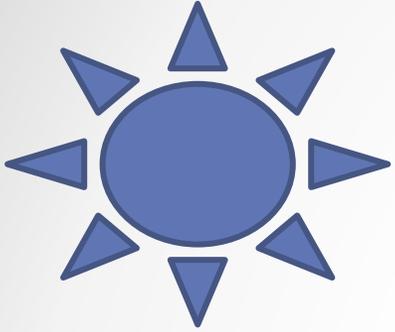
- Туристические программы;*
- Аниматоры ;*
- Концерты;*
- Праздничные программы;*
- Шоу программы ;*
- Культурные объекты.*



# Ожидаемый результат:

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





**Спасибо за внимание!**

