

Рекламный интернет-проект «ШУМ»



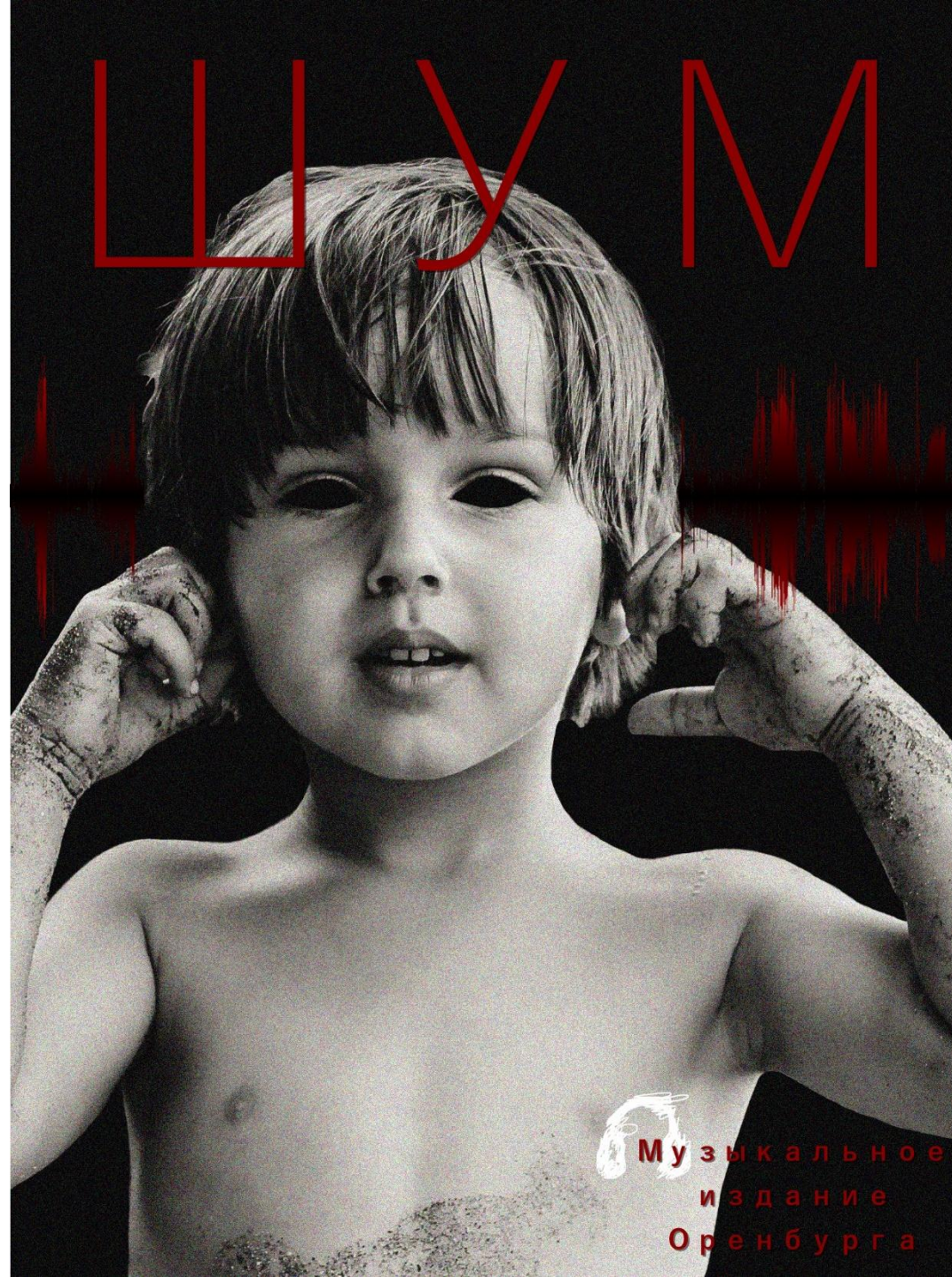
ФФЖ, 16Ж(бп)ОП,
2018

Оренбург – не место для большого количества молодежных объединений и разнопланового культурного досуга. Так может подумать любой сторонний человек, который не знает, на какой паблик подписаться, в какую группу вступить и какого самого крутого гитариста, который играет по вечерам в уютном баре, добавить в друзья.



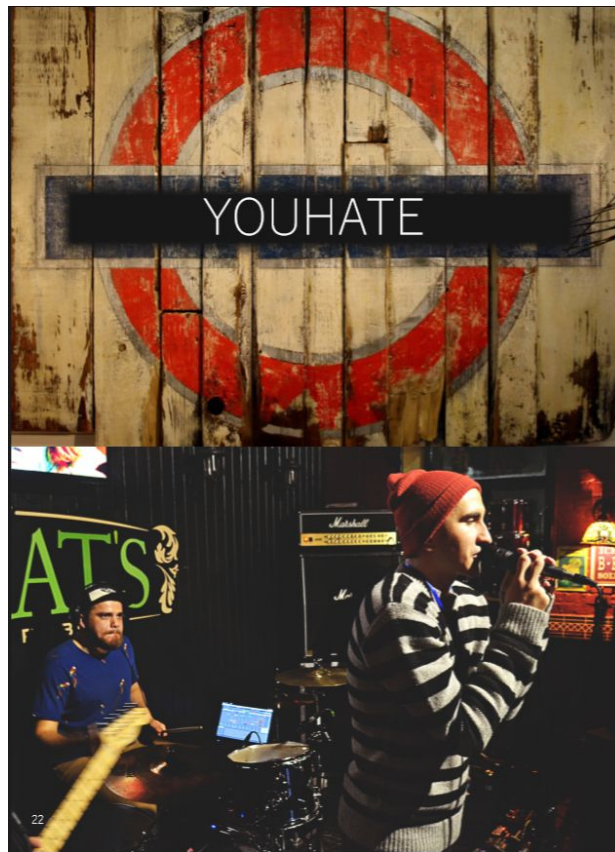
Отсутствие единой информационной площадки, где часть населения была бы проинформирована, а часть прорекламирована – большой пробел в культурной сетке города. Качественная реклама музыкальных коллективов, творческих встреч и камерных концертов позволила бы организаторам привлечь большую аудиторию. А чем больше молодежи вовлечено в культурный процесс, тем более интеллектуально развитым и просвещенным становится население.

Рекламное
музыкальное интернет-
издание «Шум» - это
уникальный проект,
способный стать
частью культурной
жизни молодежи.



Журнал анонсирует и освещает музыкальные события Оренбургской области; знакомит аудиторию с представителями различных музыкальных направлений в регионе, позволяет фанатам стать ближе к своим кумирам.

Так информация становится рекламой не только для творческих деятелей. Интернет-проект «ШУМ» – отличная рекламная площадка для производителей продукта, ориентированного на молодежь.



Сначала музыка, потом текст
 Я часто забываю слова и пропеваю
 что-то похожее на это

Вечеслав Хайт - текст, голос
 Никита Горбанев - гитара
 Антон Ларионов - барабаны
 Игорь Мирнов - гитара
 Анатолий Метогин - бас-гитара

Мы все отучились на не совсем творческие специально-

Слава: Я участвовал в реперском мероприятии вроде рел-батла, где присутствовали Игорь, Толя и Маша (Маша была у нас барабанщицей, Антон и Никита уже в новый состав пришли). Ребята искали какого-нибудь репера, чтобы играть эживую, делать вранжировки. Ну и, собственно, нашли меня. Сказали - давай делать. А я только ряд был. В принципе, знал их уже давно. Потом к нам приключилось Никита (кстати, с его приходами наша звучанка озаплатилась), а после отъезда Маши подмазались к Антону - чтобы он хип-хоп с нами играл.

Про группу
 Никита: Несколько у нас раз-да мы вылазили свои плей-листы. Кто-то слушает трип-хоп, кто-то рел-хоп, а вот (показывает на великий андрогинный постпик) Слава: Я слушаю даже 60-х годов Со-Слава: Да, Антон, а ты что слуша-ешь? Никита: Я ничего не слушаю.
 Антон: Я ничего не слушаю.
 Никита: Он глуховат (смеется).

Про стишки
 Слава: Пишу с совсем маленького возраста. Когда был класси-ми стихами на паззлу в свои - две недели бесплатно жил у моря за победу в поэтическом конкурсе. Сейчас стараюсь литературу изучать историче искусство, неизвестных советских поэтов читаю, чтобы в це-лом разбираться в русской культуре.

Про мат
 Слава: Нельзя сказать, хорошо это или плохо. Если он уместен, то почему нет.
 Никита: Это же не как мат восприни-мается, а как средство выражения. Слава: Я когда пишу песню, не ставлю себе цели материться, чтобы понра-виться молодежи. И нет такого, чтобы где-то один раз в тексте заматерил-ся, и думаю: можно было бы убрать и куда-нибудь отправить, поправить на-большая платформа, как получает-ся, так и получается. Обычно я не ре-дактирую. Надо за честность быть.

Слава: Очень непривычно выступать одному, после того, как срабаты-вался с группой. Это как вейп и сигареты.

Предмет разработки: электронное издание

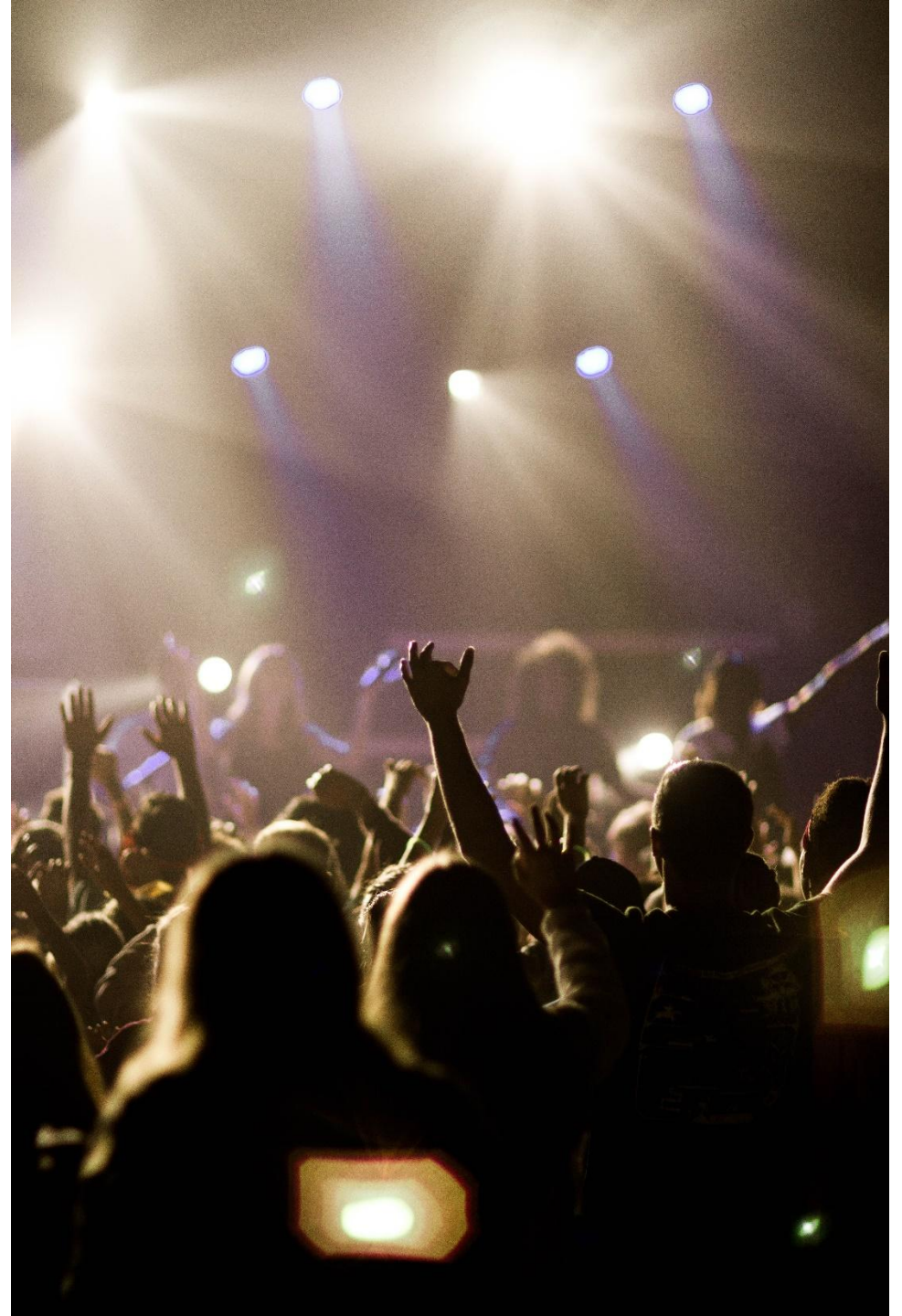
Цели:

реклама
музыкальных
коллективов
Оренбурга и
привлечение
большей
аудитории
путем
освещения их
творческой
деятельности;
реклама
продукции
молодежного
сегмента



Задачи:

- сближение коллективов с публикой;
- своевременное информирование публики о жизни коллективов;
- сотрудничество с концертными площадками города;
- поиск партнеров для взаимной рекламы;
- поиск партнеров для коммерческой рекламы;
- поиск спонсоров для улучшения качества проекта



Инструменты достижения целей:

- Формирование редакционной команды; четкое распределение обязанностей в редакционной группе, учет дедлайна;
- Разработка сайта, страниц в социальных сетях;
- Обеспечение функционирования сайта, страниц в социальных сетях;
- Сбор информации;
- Раскрутка сайта и страниц в социальных сетях;
- Создание качественного контента;
- Создание и сохранение партнерско-дружеских связей с музыкальными коллективами, организаторами концертов и администраторами музыкальных пабликов в социальных сетях;
- Проведение рекламных кампаний;
- Посещение музыкальных мероприятий области;
- Написание тематических статей;
- Создание фоторепортажей;
- Вовлечение молодежи в процесс создания журнала



Эффективность: восполнение пробела в культурном пространстве Оренбургской области, создание востребованного и качественного нишевого продукта для освещения музыкальной жизни региона, создание рабочей рекламной площадки в социальной сети «ВКонтакте»