

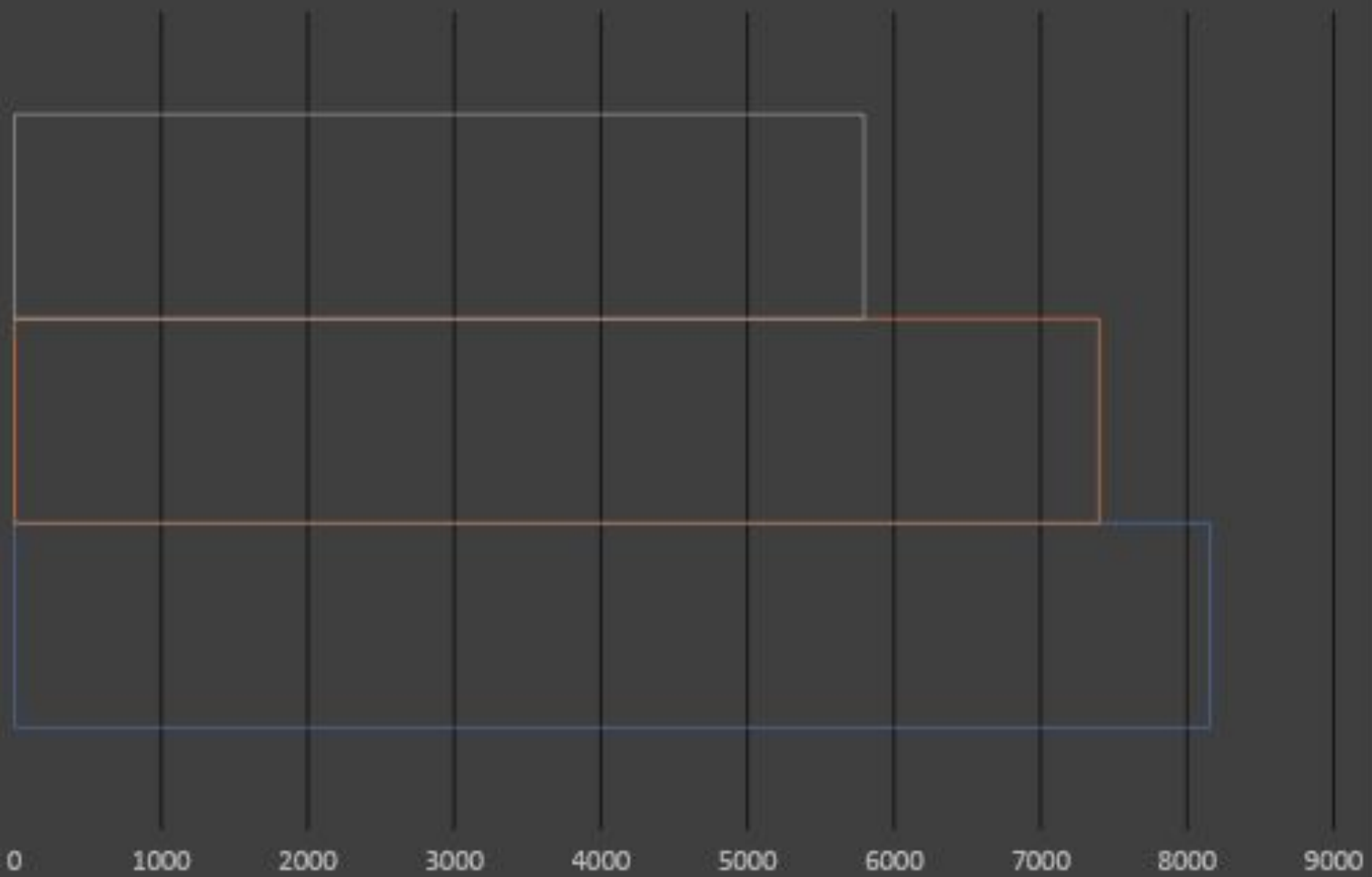
План PR-кампании

- Анализ ситуации
- Цели
- Целевая аудитория
- Временной интервал
- Медиапланирование
- Специальные мероприятия
- Бюджет
- Оценка эффективности

Анализ посещаемости

2017 2021 2022

Посещаемость



Целевая аудитория

- Болельщики в возрасте от 0 до 80 лет

Временной интервал

С 10.22 до окончания сезона 2022/23



Цели

- Увеличить посещаемость
- Сделать из хоккейного матча способ проведения досуга в любой день (интересный MatchDay)

Медиапланирование

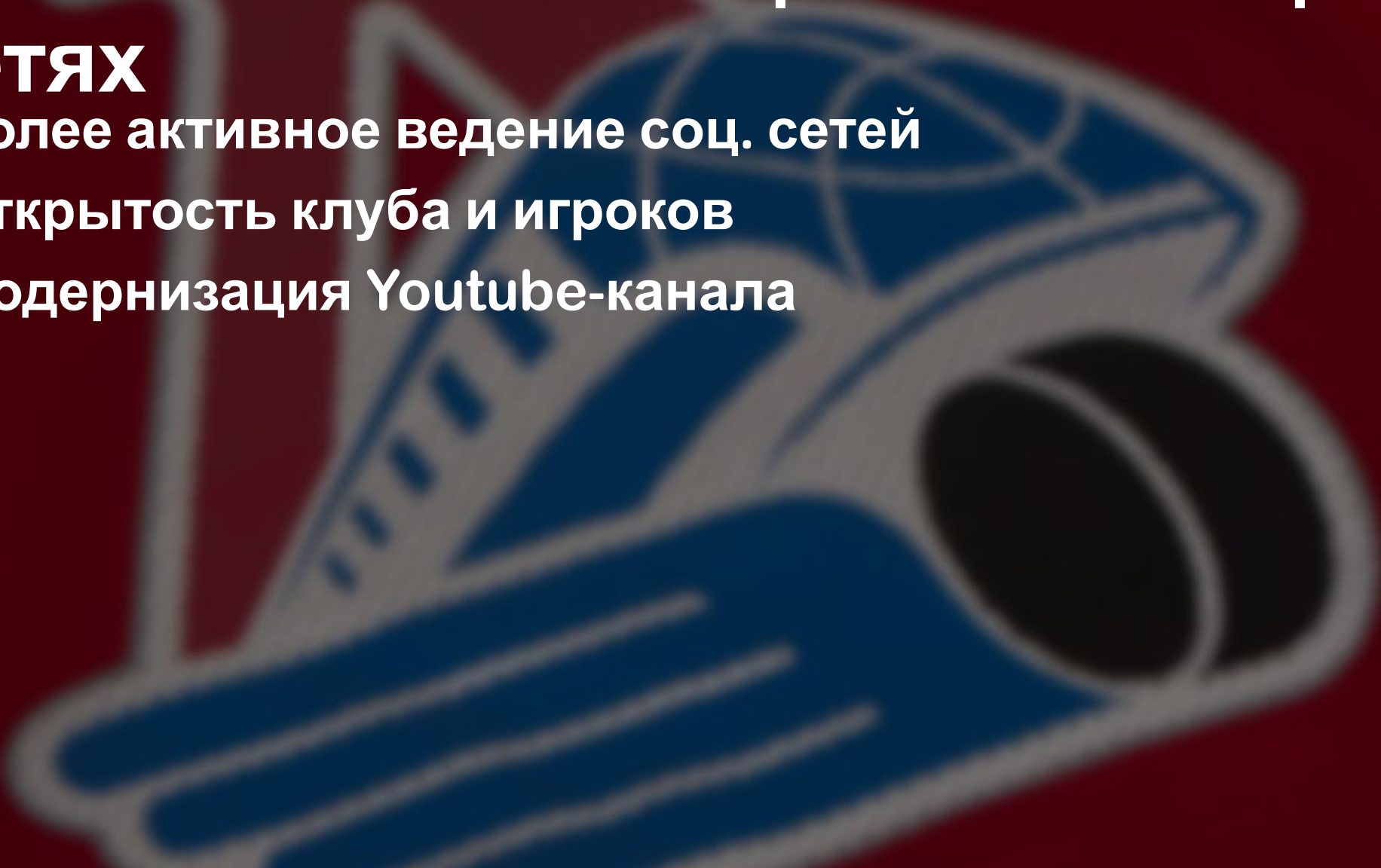
I. Арена

- VR-зона, зона с приставками
- «Историческая» зона – площадка с экранами, на которых показана история клуба, видеовырезки с лучшими моментами клуба
- Предматчевое лазерное шоу
- Улучшение подсветки в проходах
- Челленджи в перерывах с болельщиками
- Бесплатная раздача футболок в цветах команды на 10 домашних играх сезона

Медиапланирование

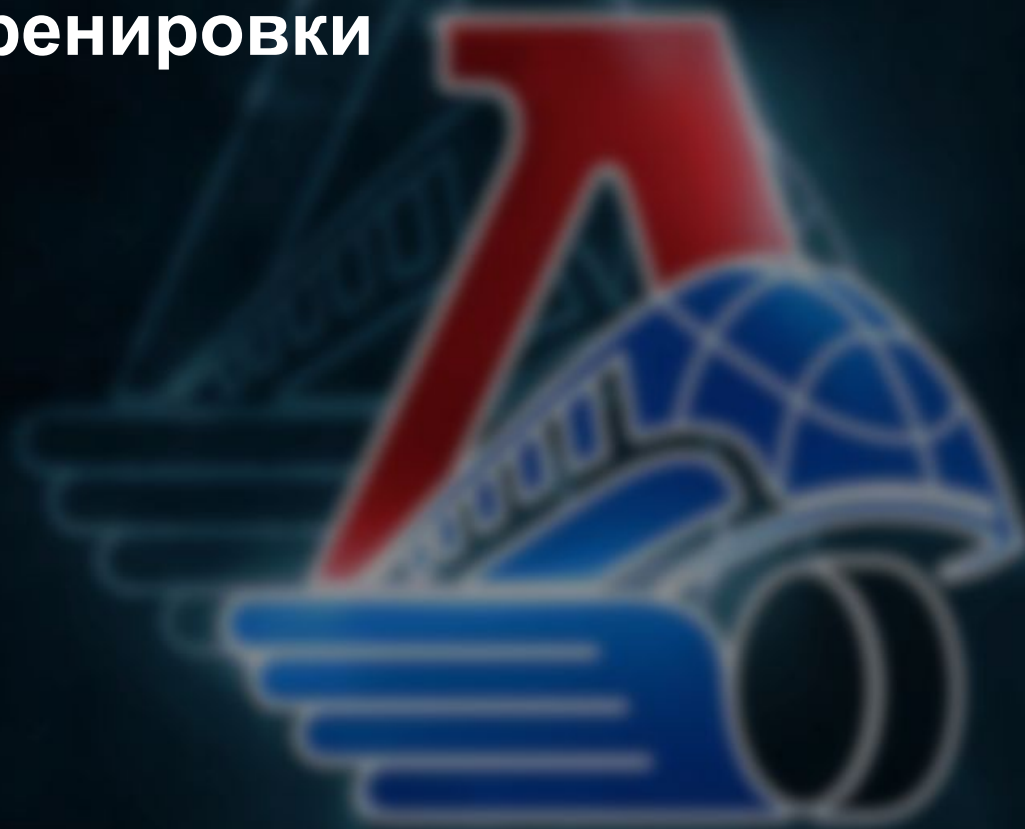
II. Работа с болельщиками в соц. сетях

- Более активное ведение соц. сетей
- Открытость клуба и игроков
- Модернизация Youtube-канала



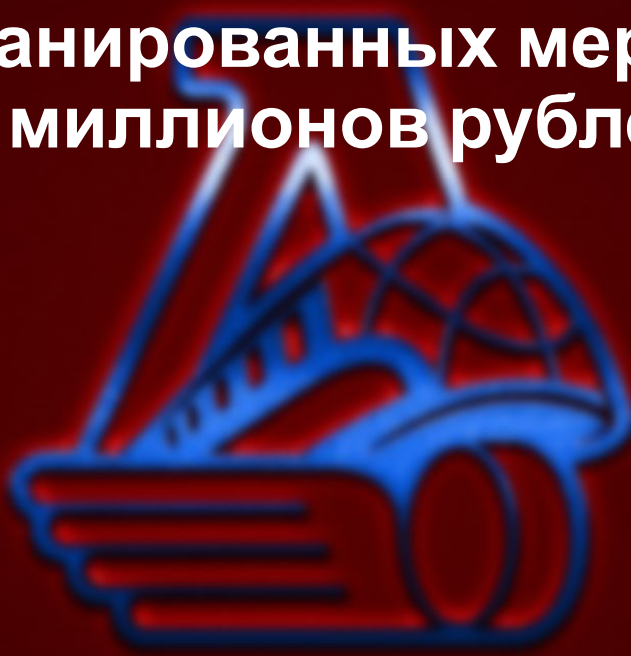
Специальные мероприятия

- Открытые тренировки
- Фотосессии



Бюджет

- С учетом всех запланированных мероприятий, бюджет на год составит 200 миллионов рублей





РЖД, ДАЙТЕ ДЕНЕГ!

Спасибо за внимание!

