



Таргис «Песнь камня»

РЕКЛАМНЫЙ КЕЙС

Новинка!



Исторический
готический
детектив
мистический

Слушающий — да услышит...

**В продаже
с 26 мая!**



Маргис

В XIX веке группа беженцев
из разрушенной лавиной города
оказывается отрезанной от мира
в уединенном замке в горах
Трансильвании, хранящем самые
удивительные тайны.

В наше время в европейской
столице полиция расследует
серию таинственных убийств,
а никому неизвестный автор
предлагает театру пьесу,
повествующую о событиях
полтора столетия давности...

Песнь камня

Исторический
готико-мистический
детектив
с элементами фэнтези
и любовными интригами...

Мария
Таргис

Песнь камня





Исторический
готико-мистический
детектив
с элементами фэнтези
и любовными интригами...

Мария
Таргис

Песнь камня

Целевая аудитория:

- ✓ основные: девушки и женщины до 35 лет;
- ✓ случайные: мужчины всех возрастов.



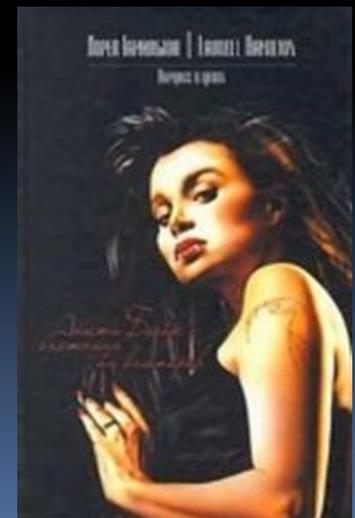
Мотивы:

- ✓ для себя — уйти от житейских проблем, окунуться в сказочный мир;
- ✓ в подарок — порадовать красивым изданием.



Конкуренты:

- ✓ прямые — похожие издания (например, Стефани Майер «Сумерки», Лорел Гамильтон цикл об Аните Блэйк, Ф. К. Каст «Меченая», Мелисса де ла Круз «Голубая кровь»);
- ✓ косвенные — фильмы жанра фэнтези (например, «Вампиры. Возрождение древнего рода», «Дракула», «Ван Хельсинг», «Византия», «Орудие смерти: Город костей» и т. п.);
- ✓ игры жанра фэнтези («Идеальный мир», «A Vampire Story», «Legacy of Kain», «Castlevania», «Nosferatu: The Wrath of Malachi» и т. п.).



Основные преимущества:

- ✓ формат: 84×108/32 (130×200 мм) — не слишком большой, удобен для того, чтобы взять книгу с собой и читать в транспорте;
- ✓ привлекающее внимание внешнее оформление, которое способно заинтересовать не только любителей жанра, но и просто случайных покупателей;
- ✓ жанр, к которому принадлежит книга, входит в тройку самых популярных в России (по версии журнала «Книжная индустрия. Книжный рынок 2013–2014. Статистика, тренды, прогноз»).

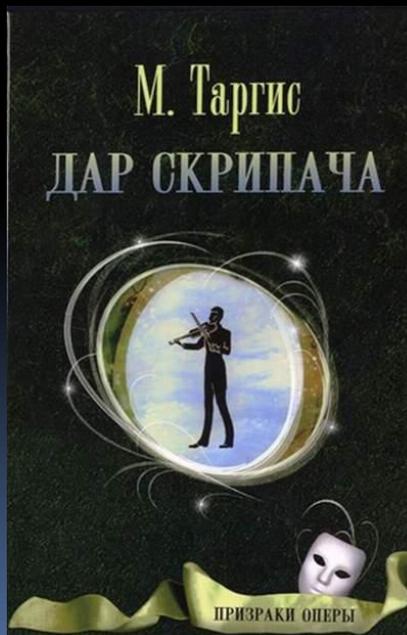


Носители рекламной информации:

- ✓ реклама в местах продаж (постеры и листовки) , а также в Арт кафе-клубе «Книги и кофе» и в кинотеатрах города (преимущественно, расположенных в ТРК и ТЦ);
- ✓ интернет: социальные сети (группы любителей фэнтези в целом и вампиров в частности); тематические сайты и форумы (например, <http://vampirs-love.ru/>.); электронные издания (журналы), обзоревающие новинки рынка (например, <http://www.mirf.ru/>);
- ✓ пресса: журналы о фэнтези и фантастике («Мир фантастики»), статьи в газетах (бесплатная газета «Метро», «ПанорамаTV», литературные журналы «Звезда», «Нева»);
- ✓ рекламные постеры в вагонах метро;
- ✓ рекламные постеры в библиотеках (для информирования потенциальных читателей);
- ✓ реклама на радио (Европа +, Love-радио, Русское радио, Дорожное радио).

Бюджет:

- ✓ Срок рекламирования: 1 месяц.
- ✓ 2015 г. — объявлен «Годом литературы в России». Выход книги можно приурочить к двум датам: 26 мая 1897 г. был впервые опубликован роман Брэма Стокера «Дракула» и 27 мая 2015 г. — отмечается Общероссийский день библиотек (с 1995 г.).
- ✓ Начало рекламирования: с выходом книги — раньше нет смысла, т. к. автор малоизвестен.



Этапы:

I этап (2 недели) — информирование целевой аудитории о выходе книги:

- ✓ модуль в прессе: журналы о фэнтези и фантастике («Мир фантастики» — проверенное издание с многолетней историей); статьи в газетах (газета «Метро» — бесплатная газета, которая выходит большим тиражом и разбирается очень быстро; «Панорама TV» — одна из самых популярных газет, которая привлекает читателей разных возрастов и социальных групп; литературные журналы «Звезда», «Нева» — журналы Санкт-Петербурга, продвигающие молодых писателей);
- ✓ прогон ролика на радио: Дорожное радио, Европа +, Русское радио, Love-радио. Именно в такой последовательности, согласно рейтингу популярности радиостанций;
- ✓ интернет: социальные сети «ВКонтакте», «Одноклассники», «Фэйсбук» — как самые популярные; тематические форумы: <http://vampires000.beon.ru/>, <http://vampirs-love.ru/>.

II этап (2 недели) — информирование, напоминание, убеждение:

- ✓ реклама в местах продаж: «Буквоед», гипермаркеты с книжными стойками, т. к. имеют большую проходимость; рекламные листовки и постеры в Арт кафе-клубе «Книги и кофе», флаеры в кинотеатрах;
- ✓ наружная реклама: витрины книжных магазинов «Книголов», магазинов канцтоваров «Графика-М» — сходная тематика, где люди могут обратить внимание на книжное издание;
- ✓ реклама в вагонах метро: рекламные постеры — большой пассажиропоток, пока люди едут на работу, вольно или невольно блуждают глазами вокруг себя.



Медиаплан

№	Наименование источников	Размер рекламы	Неделя размещения	Цена (тыс/руб)
1	Дорожное радио	15 с	1	110
2	Европа +	15 с	2	140
3	Русское радио	15 с	1	104
4	Love-радио	15 с	2	45
5	Журнал «Мир фантастики» (отрывок из романа + об авторе)	полоса	3	-
6	Журнал «Звезда» (отрывки из других романов автора + об авторе)	полоса	1	-
7	Журнал «Нева» (отрывки из других романов автора + об авторе)	полоса	2	-
8	Газета «Метро» (имидж-статья)	полоса	4	50
9	Газета «Метро»	модуль	весь период	15
10	Газета «ПанорамаTV»	блок	весь период	43
11	Соц. сеть «ВКонтакте»	таргетированная	весь период	5 (на 1 тыс. показов)
12	Соц. сеть «Одноклассники»	таргетированная	весь период	250
13	Соц. сеть «Фэйсбук»	таргетированная	весь период	7 (на 1 тыс. показов)

14	Интернет форум «Вампиры беон»	баннер	весь период	5
15	Арт кафе-клуб «Книги и кофе»	листовки, постер	весь период	3
16	Кинотеатры	листовки	весь период	5
17	Наружная реклама (постеры в витринах)	594 × 841 мм	весь период	50
18	Внутренняя реклама (постеры в магазинах)	594 × 841 мм	весь период	50
19	Вагоны метро (постеры-наклейки)	600 × 420 мм	весь период	580
ПРОИЗВОДСТВО				
1	Постер большой	A1 (594 × 841)		65
2	Постер-наклейка (в вагон метро на окно)	600 × 420		70
3	Листовка двусторонняя	заказной		13 (на 1500 шт.)
4	Запись (голос, музыкальное сопровождение)	15 с (Анна Ковальчук)		8 + 200
ИТОГО:				1593



**Спасибо
за внимание!**