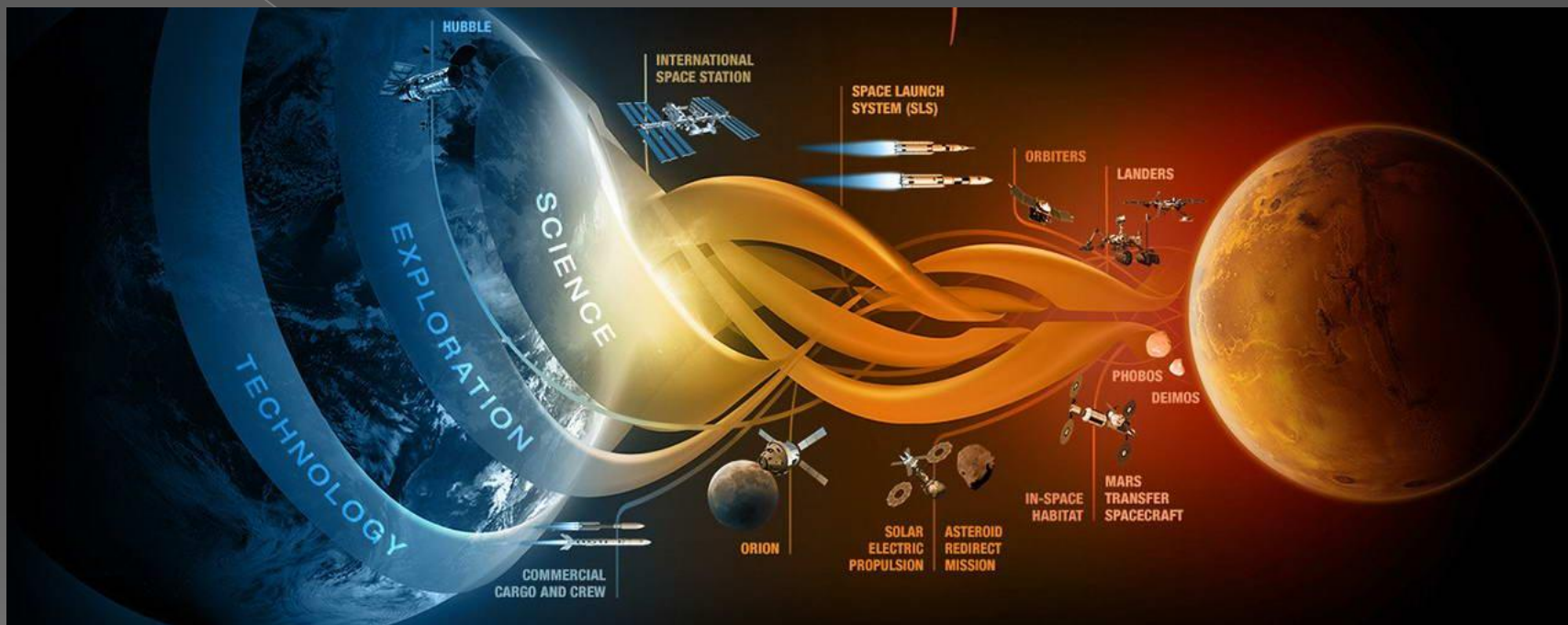


Переселение на Марс



пресс-конференция для СМИ

1. Легенда

ООО «КОСМОМАРС» Колонизация солнечной системы.

Компания «КОСМОМАРС» является передовым оператором расселения человеческого вида по солнечной системе. С тех пор как человек стал засматриваться на звезды его обуревало желание побывать там. Только благодаря «КОСМОМАРС» мечта стала доступной. Создана в 2011г. на базе «Роскосмоса», компания «КОСМОМАРС» на данный момент владеет несколькими морскими стартовыми площадками, научным центром, центром подготовки космонавтов и суперсовременной производственной базой. За время существования компанией построен и заселен лунный город (Луна 44) с населением 300 т. человек. Строится второй лунный город (Бутово 2). Лунная программа показала успешность идей и состоятельность технологий. С Луны на Землю поставляется «Гелий3». Как известно это позволило существенно снизить загрязнение земли углеводородными выбросами. К сожалению, Луна не подходит для постоянного проживания человека, а население Земли продолжает расти. В 2015 году стартует программа колонизации Марса. Цели программы: Дать человечеству новую среду обитания. В ближайшую пятилетку планируется построить и заселить 3 Марсианский города с населением по 500 т.чел. Уже подписаны контракты со строительными компаниями Ленспецсму и Мортон. Первые поселенцы будут заниматься терраформированием и разведкой полезных ископаемых. В планах на три пятилетки переселить до 35 млн. чел.

Добро пожаловать домой!

2. Описание продукта – событие

31 мая состоится пресс-конференция на которую будут приглашены мировые СМИ.

Цели:

- Продвижение коммерческих услуг компании по освоению и заселению Марса
- Сформировать положительный имидж страны и «КОСМОМАРС» как оператора программы переселения

Задачи

- Проинформировать мировую общественность о стартовавшем проекте колонизации Марса
- заинтересовать потенциальных инвесторов и переселенцев в участии в программе

ЦА мероприятия

- Основная – СМИ
- Вторичная - общественность

2. Рекламное сообщение

Составные части рекламного обращения.

2.1. УТП:

~~Только первые 1 000 зарегистрированных в рамках презентации посетителей получат эксклюзивные условия участия в программе переселения (скидки до 80%, подарки). Станьте одним из них!~~

Уникальная возможность получить эксклюзивное интервью и автографы первых колонизаторов Марса.

2.2 Составные части опосредованного рекламного сообщения.

Слоган:

КосмоМарс открыл вам путь на Марс!

Зачин:

Тысячелетняя мечта всего человечества сбылась! КосмоМарс открыл всем желающим путь к переселению на Марс.

Только один день - 31 мая 2015, в МВЦ Крокус Экспо, Павильон 3, зал 20. Начало в 12:00. www.firstonmars.ru
Зарегистрируйся, прими участие в пресс-конференции и узнай все детали технологии полета и колонизации планеты!

Инфо-блок: (Будет добавлен)

Справочные сведения:

Только 31 мая 2015, в МВЦ Крокус Экспо, Павильон 3, зал 20. Начало в 12:00.

Организатор - ООО "КосмоМарс";

Информационный партнер - Агентство новостей "По секрету всему свету";

Генеральный спонсор ОАО "ГазМарс";

Технологический спонсор - ОАО "Светлый Путь"

3. Визуальный макет:

3.1 Дизайн сайта firstonmars.com



3.2 Приглашение



3.3 Сценарий рекламного ролика для ТВ

Черновик

1 Потребности СМИ
Выгоды для СМИ

Информационные
Узнать первыми

2 Потребности Инвестора
Выгоды для Инвестора

Информационные

3 спонсоры



Смета расходов на мероприятие (в миллионах рублей)					
№	тема	исполнитель	кол-во	затраты	
1	создание сайта	ооо конструктор сайтов	1	0,1	0,1
2	аренда зала	крокус	2	0,5	1
3	фуршет	ооо еда на выезде	2	0,1	0,2
4	реклама на тв	орт	1	1	1
5	реклама интернет	ютюб	1	0,1	0,1
6					0
7					0
8					0
9					0
10					0
11					0
12					0
13					0
14					0
	всего			млн. руб.	2,4

Комплекс маркетинговых коммуникаций

При разработке комплекса продвижения пресс-конференции используется концепция **Интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК)**



Комплекс маркетинговых коммуникаций

PR

Работа со СМИ. Прямая рассылка пресс-релизов и программы пресс-конференции для анонсирования мероприятия и аккредитации журналистов

TV РЕКЛАМА

Размещение видеороликов на первых федеральных каналах российского TV о предстоящем мероприятии. Цель – широкое освещение предстоящего события, сформировать заинтересованность общественности

Радио реклама

Размещение аудио-роликов. Цель – широкое освещение предстоящего события, сформировать заинтересованность общественности

Интернет маркетинг

- Создание сайта мероприятия
- Баннерная реклама

Событийный маркетинг-Конкурс

Проведение среди общественности конкурса на лучший вопрос для участников-колонизаторов. Приз – возможность задать вопрос лично – приглашение на пресс-конференцию.
Цель – формирование интереса у общественности к теме

SMM

Реклама конкурса лучших вопросов в соц. сетях со ссылкой на официальный сайт мероприятия

Разработка рекламной кампании

ЦА рекламной кампании

- Международные и национальные СМИ
- Широкий круг общественности

Цели рекламной кампании

Широкий комплекс маркетинговых каналов коммуникации рекламной кампании призван обеспечить достижения следую следующих результатов:

- Привлечь внимание общественности – потенциальных покупателей услуг к теме колонизации Марса
- Сформировать положительный имидж страны в глазах международного сообщества
- Сформировать положительный имидж оператора услуг – компании «КОСМОМАРС» в глазах потребителей

Разработка рекламной кампании

Бюджет рекламной кампании

Планирование рекламной кампании

Медиапланирование
ЧЕРНОВИК

	Европа плюс		ГТС		Балтика		Мелодия	
	Будни	Выходные	Будни	Выходные	Будни	Выходные	Будни	Выходные
дней	10	нет	10	нет	10	нет	10	нет
Время выхода	8:45		7:30		8:45		9:30	
	9:30		8:30		9:15		10:15	
	17:15				17:15		11:30	
	18:30				18:15		13:30	
	19:15				19:30		16:30	
	20:00				20:15		17:00	
Число роликов	60		20		60		60	
Стоимость	
GRP	200 000		116 000		142 000		123 000	
Охват	22 000	15%	25 000	18%	15 000	10%	13 000	9%
Ср.. частота	9.3		4.6		9.5		9.6	
CPT GRP	330		340		400		440	

№	Регион	Формат	Подрядчик	Кол-во поверхностей	Период размещения	Стоимость за 1 поверхность в мес.	Итого за кампанию (без НДС)	НДС	Итого за кампанию (с НДС)
1	Moscow	poster+brochures	Zdravprosvet	113	6,0	2 906р.	1 970 568р.	354 702р.	2 325 270р.
2	Moscow	poster+brochures	Vita-media	35	6,0	2 842р.	596 792р.	107 422р.	704 214р.
3	SPb	poster+brochures	Vita-media	27	6,0	2 224р.	360 299р.	64 854р.	425 153р.
4	Ekaterinburg	poster+brochures	Vita-media	18	6,0	1 853р.	200 166р.	36 030р.	236 196р.
5	Krasnodar	poster+brochures	Vita-media	5	6,0	3 289р.	98 670р.	17 761р.	116 431р.
6	N.Novgorod	poster+brochures	Vita-media	24	6,0	1 853р.	266 888р.	48 040р.	314 928р.
7	Novosibirsk	poster+brochures	Vita-media	28	6,0	1 853р.	311 369р.	56 047р.	367 416р.
8	Ufa	poster+brochures	Vita-media	27	6,0	1 853р.	300 249р.	54 045р.	354 294р.
9	Omsk	poster+brochures	Vita-media	13	6,0	1 853р.	144 564р.	26 022р.	170 586р.
10	Kazan'	poster+brochures	Vita-media	41	6,0	1 853р.	455 934р.	82 068р.	538 002р.
11	Chelyabinsk	poster+brochures	Vita-media	14	6,0	1 853р.	155 685р.	28 023р.	183 708р.
12	Rostov-on-Don	poster+brochures	Vita-media	8	6,0	1 853р.	88 963р.	16 013р.	104 976р.
13	Perm'	poster+brochures	Vita-media	15	6,0	1 853р.	166 805р.	30 025р.	196 830р.
TOTAL NET								5 116 952,03р.	
TOTAL NET + VAT								6 038 003,40р.	

Планирование рекламной кампании

План – график рекламной кампании

ЧЕРНОВИК

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Стоимость, долл. США
Бюджет на прямую рекламу													
TV		/	/		/	/					/	/	3500 000
Пресса	/	/		/	/						/	/	600 000
Радио			/										20 000
Производство	/												70 000
Бюджет на рекламные акции и PR													
Рекламные акции			/	/								/	150 000
PR		/	/	/	/								30 000
Производство	/												25 000
Медиа-комиссия (8%)													329 600
Комиссия на производство, рекламные акции и PR (15%)													41 250
Промежуточный итог													4 765 850
НДС													953 170
Всего													5719 020

№	Этапы и виды мероприятий	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
		1	ТВ - прямая реклама	/		/	
2	Пресса - имиджевая реклама	/		/			
3	Пресса - продуктовая реклама		/				
4	Радио - прямая реклама		/				
5	Реклама на транспорте				/	/	/
6	Реклама в Интернет	/	/	/	/		
7	Адресная рассылка	/		/			
PR-поддержка							
1	Пресса - статьи	/		/		/	
2	Спонсорство					/	/
№	Этапы и виды мероприятий	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
		1	ТВ - прямая реклама			/	/
2	Пресса - имиджевая реклама				/	/	
3	Пресса - продуктовая реклама					/	/
4	Радио - прямая реклама					/	/
5	Реклама на транспорте	/	/	/	/		
6	Реклама в Интернет				/	/	/
7	Адресная рассылка			/	/		
PR-поддержка							
1	Пресса - статьи	/		/		/	
2	Спонсорство	/	/	/			

По интенсивности воздействия на ЦА предполагается проведение рекламной кампании :

- залповые;
- нарастающие;
- ровные;
- импульсные;
- нисходящие.

Разработка рекламной кампании

Оценка эффективности рекламной кампании