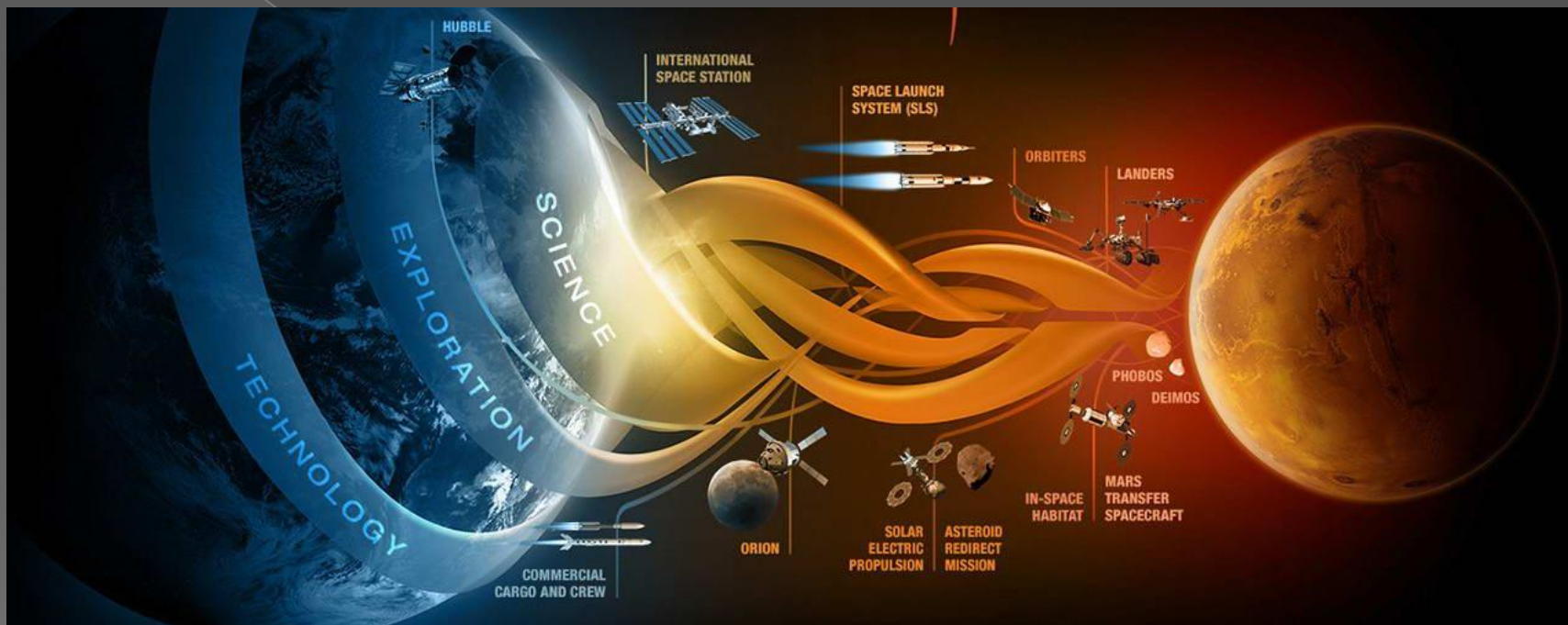


# Переселение на Марс



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](http://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
<b>Бюджет на прямую рекламу</b>													
TV		/	/		/	/					/	/	3500 000
Пресса	/	/		/	/						/	/	600 000
Радио			/										20 000
Производство	/												70 000
<b>Бюджет на рекламные акции и PR</b>													
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
<b>Промежуточный итог</b>													<b>4 765 850</b>
НДС													953 170
<b>Всего</b>													<b>5719 020</b>

№	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	/		/			
<b>PR-поддержка</b>							
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			/	/		
<b>PR-поддержка</b>							
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