



Концепция рекламно-художественного оформления города

Целевые аудитории:

жители города, гости города

Задачи:

Жителям города (коренные, ассимилированные, жители области, с разбивкой по возрастному и социальным признакам – для детей одна подача, для пенсионеров другая и т.д.): подробно рассказать историю города через события(с привязкой к конкретным местам где эти события происходили), людей (с привязкой к датам и достижениям, которые сделали этих людей знаменитыми), исторические памятники (зачем установлены, о чем напоминают). Включая современный период и планы на будущее.

Гостям города (туристы, транзитники, бизнесмены, чиновники, журналисты): историю города, чем знаменита Пенза (в России), какие люди являются лицом города в прошлом и настоящем, какие планы у города на будущее.



Географическое таргетирование:

Выделение интерфейсной зоны.

Вокзал, въезды в город, трассы проходящие рядом или через город, аэропорт, автовокзал. Гостевая рекламная концепция.

Исторический центр города.

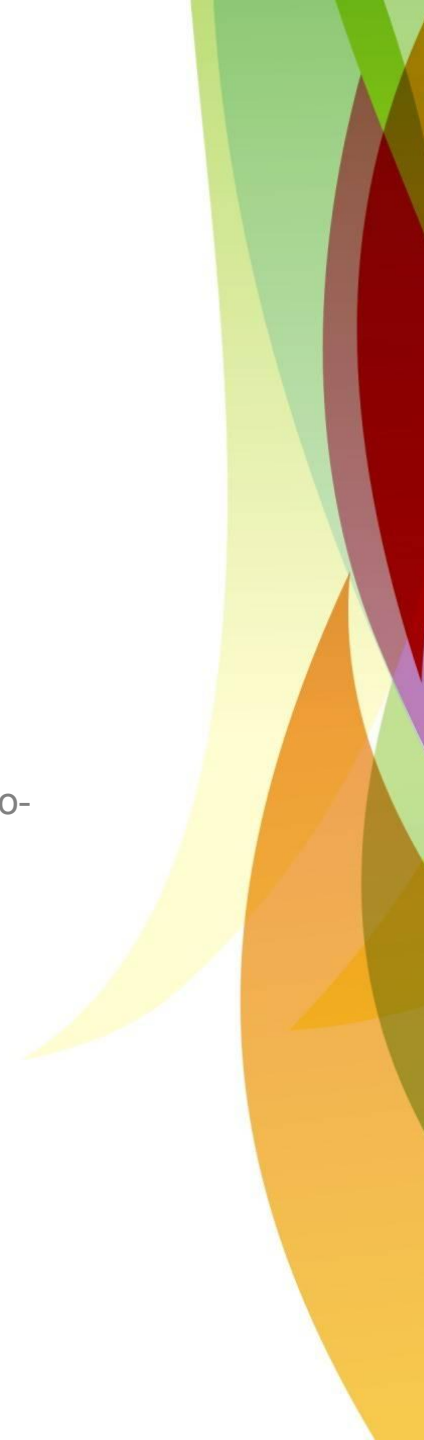
С выделением архитектурных ансамблей, зданий, памятников, скверов.

Деловой, культурный центр города.

Интерактивное панно подготовки к празднику (карта строительства, фото-видео отчеты, прием пожеланий и идей от населения, действующая сувенирная ярмарка с символикой праздника, постоянные репортажи и фотосессии горожан в исторических костюмах).

Районный таргетинг.

Каждый район города своя цветовая гамма, которая пересекаясь в центре образует символ праздника.



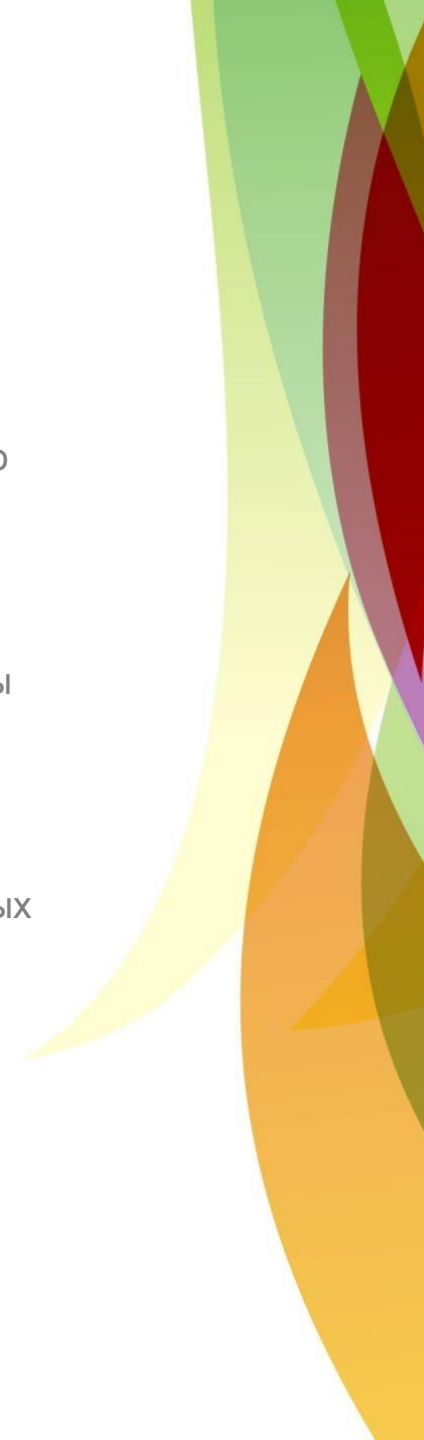
Этапы визуальной концепции с разбивкой по периодам для жителей города:

1 этап – общая история города от строительства крепости до советского периода, люди, чья история связана с Пензой (критерий отбора – свершили что-то в масштабах России. Легендарные личности в масштабах Пензенской губернии того времени.

2 этап – история советского периода, индустриализация, ВОВ, ветераны войны и труда, работники тыла, послевоенные герои (врачи, учителя, инженеры, милиционеры).

3 этап – современный период, люди, достижения города, планы на будущее (что и где будет построено), выбор современных героев в разных ЦА, возможно путем интерактивного голосования (сайт, ТВ-конкурсы, смс).

Таким образом, разбивая по временным периодам этапы концепции, получаем следующий план-график.



Этапы визуальной концепции с разбивкой по периодам для гостей города:

1 этап – основные исторические даты, достижения Пензы, люди которые прославили Пензу в масштабах России.

2 этап – Пенза настоящая, конкурентные преимущества, статистические данные, планы на будущее (строительство, инфраструктура и т.п.)

Таким образом, разбивая по временным периодам этапы концепции получаем следующий план-график.



Временная шкала реализации концепции на разных рекламных носителях

Районы\Время	2011	2011	2011	2011	2012	2012	2012	2012	2013
Трасса М5									
Въезды в город									
Вокзал									
Автовокзал									
Аэропорт									

Каждый этап визуальной концепции разбивается дополнительно на несколько подэтапов для отображения как известных фактов, личностей, так и редких, малознакомых фактов.