

**art box 69**  
производство видео аудио

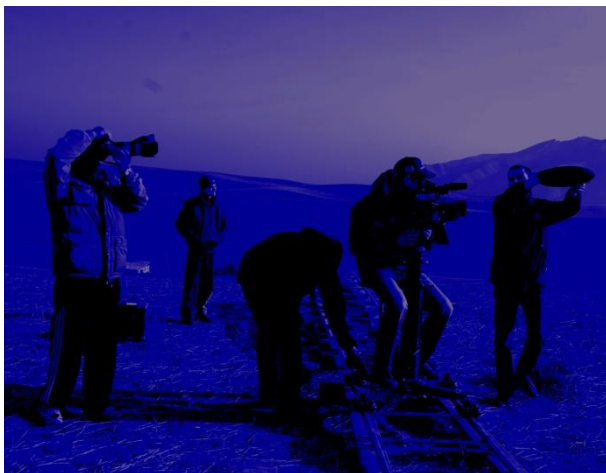


Для участников конференции «Реклама в Интернете. Иссык-Куль-2011».



Наши услуги и возможности:

- разработка рекламных и PR стратегий
  - разработка рекламных кампаний
  - полный цикл производства видео/аудио
- [идея, сценарий, съемка, монтаж, озвучание, компьютерная графика]



## Участники проектов Art Box 69:



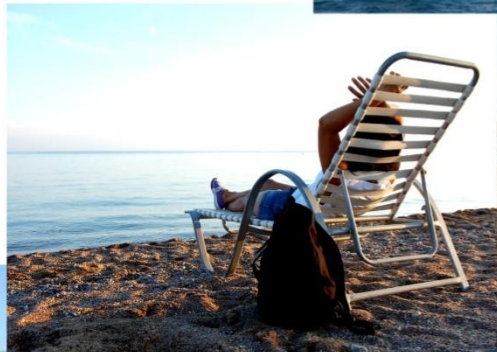
## Рабочие моменты съемок.



Предложение: объединение усилий по PR продвижению сезона «Иссык-Куль 2011».

**ИССЫК-КУЛЬ' 11**  
“сезон рубить капусту”





## «Vizit Issyk-Kul»

Вариант А.

Формат:  
Имиджевый ролик.

Идея:  
Горячее озеро – горячий  
прием! Иссык-Куль 2011.

Хронометраж: 1,5 – 2 мин.

Проектный бюджет на  
производство: 8 000 USD

Вариант В.

Целевая аудитория – молодежь.

Идея: «Ууу, baby, baby!»

Слоган: Этим летом лучшие девушки –  
на наших пляжах!

Иссык-Куль 2011.

Этим летом лучшие парни – на  
наших пляжах!

Иссык-Куль 2011.

Хронометраж: 2 – 3 мин.

Бюджет роликов: 12 000 USD (6,0 x 2)

Синописис: 10 эффектных девушек/парней  
развлекаются на пляжах участников/спонсоров  
Спецпроекта 2.





Спецпроект 2.

**Целевая аудитория: Семья**

Идея: Порадуйте друг друга!  
Иссык-Куль 2011.

Формат: Имиджевый,  
развлекательный.

Хронометраж: 2 – 3 мин.

Бюджет ролика: 10 000 USD

Синописис: Все услуги/«фишки» для  
семейного отдыха.



Вариант В.

**Целевая аудитория: Отпускники.**

Идея: Будет, что вспомнить!  
Иссык-Куль 2011.

Формат: Имиджевый,  
развлекательный.

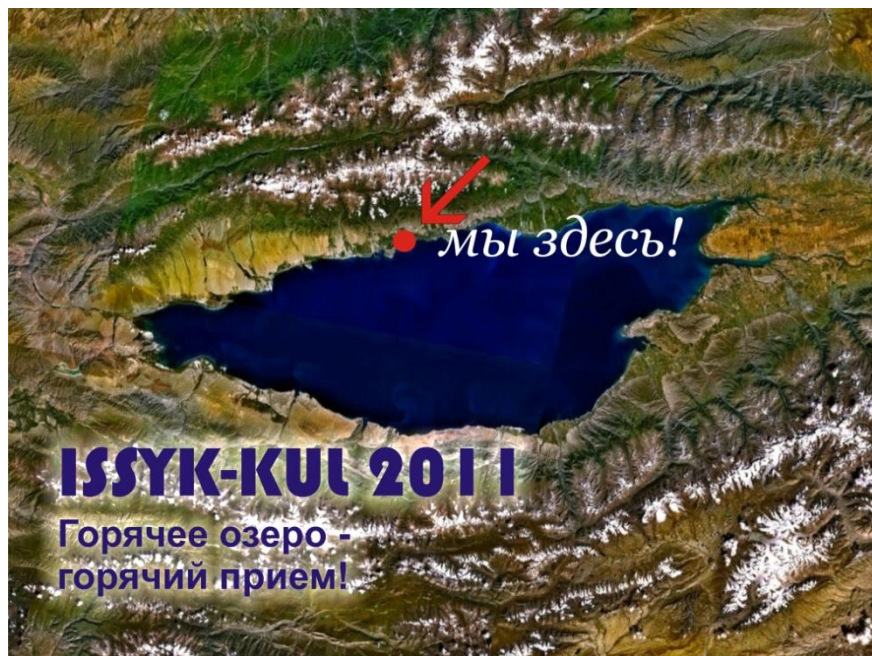
Хронометраж: 2 – 3 мин.

Бюджет ролика: 8 000 USD

Синописис: Веселые эпизоды из жизни  
отдыхающих.



## Вариант С. «Карта северного побережья Иссык-Куля».



Серия роликов по каждому субъекту - участнику Варианта С.

«Репортаж» от лица отдыхающего персонажа (персонажи разные: девушки, парни, группа друзей и т. д.).

Количество участников – 20 компаний

Стоимость проекта –  $20 \times 800 = 16\,000$  USD

Срок изготовления – 10 – 14 календарных дней.

## Производство видеороликов.

Бюджеты на производство формируются по принципу “вкладчину”: равнозначные вклады от каждого из участников.

### Вариант А бюджет - USD 8 000

- Имиджевый ролик о курортной зоне северного побережья.
- Обозначаются все наиболее яркие достоинства курортной зоны

### Вариант В

- Дифференциация мест отдыха по сегментам
- **Молодежь USD 12 000**  
(для центров отдыха, заинтересованных в данной целевой группе; бюджет разделяется на количество участников-спонсоров видеоролика)
- **Семья USD 10 000**  
(для центров отдыха, заинтересованных в данной целевой группе; бюджет разделяется на количество участников-спонсоров видеоролика)
- **Отпускники USD 8 000**  
(для центров отдыха, заинтересованных в данной целевой группе; бюджет разделяется на количество участников-спонсоров видеоролика)

### Вариант С

- Серия роликов “курорты северного побережья”: хронометраж видеоролика - одной серии - до 2-х минут
- Серия роликов в стиле “домашнего видео”: разные люди рассказывают о своих впечатлениях от пансионата/дом отдыха. Возможные недостатки комфорта можно трансформировать в достоинства веселого непосредственного отдыха.
- Бюджет производства видеоролика зависит от количества заинтересованных участников-спонсоров

## Для чего?

Эмоциональная выгода – Ваш вклад в общее дело - рекламу сезона Иссык-Куль 2011

Материальная выгода – экономия Ваших средств на рекламное продвижение: бюджет распределяется между субъектами

## Результат?

- Принимающая сторона – привлечение клиентов
- Государство – имидж
- Местная власть – инвестиционный климат/улучшение инфраструктуры
- Жители Северного побережья – рабочие места
- Отдыхающие – возможность выбора

**ИССЫК-КУЛЬ' 11**  
“сезон рубить капусту”

