



ДИКСОН

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО – ИГРОВАЯ ПРОГРАММА

«FLAY РИНГ»

Цели и задачи.



Цель:

создание уникального проекта, позволяющего активно продвигать бренды и компании (потенциальных партнёров) с активностью в сегменте HoReCa, используя mix ATL и BTL коммуникаций.

Задачи:

- Разработка креативной концепции направленной на формирование репутации бренда партнёров
- Разработка коммуникационной стратегии, позиционирования и продвижению бренда партнёров, используя не доступные каналы коммуникаций (стратегический микс стандартных и нестандартных рекламно-маркетинговых активностей)
- Создание нового продукта в сегменте досуга и развлечений, позволяющего не просто привлекать внимание зрительской аудитории, но и создавать условия продвижения брендов у ЦА

Формат проекта.



- Цепочка рекламно-маркетинговых мероприятий с единой коммуникационной стратегией и креативной концепцией
- Развлекательно-игровая программа с элементами азарта
- Сценарное решение программы максимально адаптировано под формат ТВ программы
- Мобильность программы позволяет иметь масштабный географический охват
- Цель и мотивация программы являются условиями для создания базы активных участников и интереса зрительской аудитории

Краткое описание проекта



Участники проекта:

- профессиональные бармены, обладающие навыками флейринга и фристайла
- начинающие и профессиональные танцоры
- DJ

Схема проекта:

- серия программ в регионах с финальным шоу в Москве
- профессиональные соревнования (поединки), выстроенные по олимпийской системе (принцип выбывания) с предварительным отборочным туром
- условий участия (соревновательный и зрительский формат) построены на стимуляции продаж бренда

Победители и мотивация участников:

- всем участникам отборочного тура – тематический рекламный комплект
- 4 финалиста (бар и танц. категория), вышедшие после отборочного на РИНГ поединки ценные или денежные призы
- победители – оплаченная поездка на финал в Москву
- победитель финала – денежный приз
- танц. категория – годовое обучение и контракт на работу в школе и команде «STREET JAZZ»
- бар. категория – готовое обучение и контракт на работу

Судейская команда:

- Звезда мирового флейринга (С.Грибков, А. Родеман и т.д.)
- ресторатор (на местах)
- звезда танцевального движения («STREET JAZZ», «Мираж», «Звезда Танцпола» и т.д.)
- звезда эстрады (гость программы – в зависимости от формата и масштаба площадки)
- представитель СМИ (информационные партнёры)



Синопис



ДИКСОН

За день до программы (пятница), в заведении (второе место по продажам или стратегическая площадка для партнёров) проходят мастер - классы по категориям, регистрация участников и отборочные соревнования (простейшее задание, судья звезда категории).
Условия попадания на программу: купон (условия получения купона прорабатываются совместно с брендом и направлены на стимуляцию продаж)

Программа:

Суббота – вечер

Условия попадания:

- пригласительный билет (VIP и победители предварительного конкурса в местах продаж)
- купон - флаерс (скидка на вход)

На выстроенной площадке в форме ринга, разделённого барной стойкой, проходят поединки барменов и танцоров. Шоу элементом программы является танцевальная фронт команда. Правила программы выстроены на условиях максимальной зрелищности для зрительской аудитории и выявлению профессиональных навыков участников. В рамках программы приглашённая звезда готовит авторский коктейль в процессе диалога с одним из фронт ведущих. По окончании поединков приглашённая звезда выступает на площадке. Ведут программу два фронт ведущих: ведущий на РИНГЕ и БАР мен (ведущий за VIP баром). Музыкальный ряд программы ведёт DJ (местный или приглашённая звезда), с последующим сетом по окончании программы (в зависимости от формата площадки).

Технические элементы площадки:

- мобильный РИНГ (с барной стойкой)
- мобильный VIP бар
- световое и звуковое оснащение (согл. представленному тех.райдеру организаторов)

Анализ целевой аудитории

Портрет ЦА



ДИКСОН

% соотношение по потенциальной заинтересованности



Lifestyle and Media



ДИКСОН

Shopping

Promo в
местах
продаж,
Рекламная
активность
в местах
продаж



Dinner time

Наружная
реклама,
СМИ
Печатная
продукция
Реклама в
местах
продаж



Time of rest

Наружная
реклама,
Печатная
продукция,
PR



08:00

Morning
Телевиде
ние,
радио



10:00

Поездка
на работу
радио,
наружная
реклама



Work
Интернет
,
печатные
СМИ



19:00

Weekday's

01:00

Коммуникационная стратегия

Шкала развития



Этапы

КОММУНИКАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ



Подготовительная работа (создание и утверждение)

- фирменный стиль, адаптированный под партнёра
 - пакет рекламных инструментов
 - информационный пакет
 - сроки и география проекта
- условия проекта (участие, В-to-В, стимуляция продаж и т.д.)
- договорённости с региональными подрядчиками

I ЭТАП

(проведение)

- программы В-to-В (веерно)
 - семинар-презентация проекта в регионах
 - определение площадок участников (HoReCa и места продаж)
 - адаптация promo под регион
- информационный пакет
- имиджевая рекламная компания

Этапы коммуникационной активности



II ЭТАП (проведение)*

- анонсирующая реклама события (наружка, СМИ)
 - промо в местах продаж
 - PR персоналей и участников
- приглашение гостей и аккредитация СМИ
 - мониторинг продаж

III ЭТАП (event)*

- итоги конкурса (определение площадки)
- приглашение гостей и аккредитация СМИ
 - мастер-класс
 - проведение события
 - PR post и итогов конкурса
- промо результатов в HoReCa (фирменный коктейль)

* в регионе согласно географии проведения

ПАРТНЁРСКИЙ ПАКЕТ



ДИКСОН

| № | Представленность | Стратегический партнёр | Партнёр/информационный |
|------------|--|---|--|
| I | <p>Титульное позиционирование</p> <p>* нейминг проекта с использованием названия бренда</p> <p>* креативно-визуальное решение рекламного ряда проекта в стиле или с элементами стиля партнёра (узнаваемость)</p> | | |
| II | Размещение лого или название компании: | | |
| | <p>1) outdoor коммуникациях (согласно медиаплану)</p> <p>- щиты 3 x 6;</p> <p>- магистральные перетяжки.</p> <p><i>! Возможность описания условий конкурса, с использованием бренда партнёра (стимуляция продаж)</i></p> | <p>представляющие позиции на щитах 3 x 6 (анонсирование).</p> <p>позиции (верх)</p> <p>(бока)</p> | <p>общие позиции</p> <p>(низ)</p> <p>(низ)</p> |
| | <p>2) модули в СМИ (согласно медиаплану)</p> <p><i>! Возможность описания условий конкурса, с использованием бренда партнёра (стимуляция продаж)</i></p> | <p>представляющие поз.</p> | <p>общие позиции</p> |
| III | <p>Представленность в радиороликах (согласно медиаплану)</p> <p><i>! Возможность описания условий конкурса, с использованием бренда партнёра (стимуляция продаж)</i></p> | <p>"....." представляет" (начало ролика)</p> <p>(начало ролика)</p> | <p>"Партнёры проекта "....."</p> <p>(окончание ролика)</p> |

ПАРТНЁРСКИЙ ПАКЕТ



| | | | |
|----|--|--|--------------------------------------|
| IV | Позиционирование в коммуникация в местах продаж: | | |
| | 1) плакаты А2 | представляющие позиц. | общие позиц. |
| | 2) информационные флаеры А5 с условиями конкурса (стимуляция продаж). | представляющие позиц. | общие позиц. |
| | 3) промо в местах продаж (подарок + билет на event-конкурс) | | |
| V | Размещение лого или название компании / предоставление (кол-во) : | | |
| | 1) рекламно-полиграфическая продукция | представ. позиц./10шт. | общие позиции/5 шт. |
| | пригласительные билеты VIP. билеты на презентацию. пресс-папка | представ.позиц./20шт. представляющие позиц. | общие позиции/10шт. общие позиции |
| IV | Участие и представленность в презентации (семинар, пресс-конференция) | | |
| | 1) лого на заднике | + | + |
| | 2) представитель компании | + | |
| | 3) рекламные штендеры или другие рекламные атрибуты (флажки и т.д.) | не более 5 позиций | не более 3 позиций |
| | 4) представленность в PR материалах, интервью. | + | |

ПАРТНЁРСКИЙ ПАКЕТ



| Представленность на самом event: | | | |
|---|--|---------------------|--------------------|
| V | 1) брендинг формы ведущих (стиль) | + | |
| | 2) брендинг футболки участника | + | только спина |
| | 3) брендинг ринга: | | |
| | пол | + | |
| | барная стойка | + | + |
| | боковины ринга | 2 поверхности | 2 (общие) |
| | 4) судейское место | задник | стол |
| | 5) брендинг инструмента голосования | + | |
| | 6) использование продукта в конкурсе | основной (езде) | дополн. (в одном) |
| | 7) рекламные атрибуты | не больше 8 позиций | не более 4 позиций |
| | 8) promo (freedrink или продукции) среди гостей и зрителей | + | (без VIP) |
| 9) упоминание ведущими | титальное | не менее 4 раз | |
| 10) участие представителя в судейской бригаде | + | | |
| 11) участие в церемонии награждения | победитель | призёры | |

Рекламные коммуникации (1 город)



ДИКСОН

| № | Коммуникации | 1 месяц | Размещение | 2 месяц | | | | Размещение |
|---|---|------------------------------------|---|---|---|-------|---|---|
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | Семинар-презентация | 1-ая неделя | выбор дистрибьютера | | | | | |
| 2 | Щиты 3 x 6 (10 штук) | | Центральные магистрали | | | | | Центральные магистрали + около мест продаж |
| 3 | Магистральные перетяжки (5 штук) | | | | | | | Центральные магистрали + места скопления |
| 4 | Реклама на радио | PR | "Европа+ регион" | PR | | ролик | | |
| 5 | ТВ сюжет | 1 сюжет после презентации в городе | НТВ; утренняя телепрограмма рубрика "Активная жизнь", 2мин. (7:00-9:00, пн.-птн.) | за неделю до event 1 анонсирующий сюжет, после субботнего event (выход в понедельник) | | | | НТВ; утренняя телепрограмма рубрика "Активная жизнь", 2мин. (7:00-9:00, пн.-птн.) |
| 6 | Ролик на региональном ТВ | | | | | | | |
| 7 | PR активность: | | | | | | | |
| | 1) post информация | | | | | | | |
| | 2) информационные партнёры | | | | | | | |
| | 3) анонсирование (условия аккредитации) | | | | | | | |
| | 4) post PR после event | | | | | | | |

Стоимость программы



Стратегия и рекламные инструменты

- проработка детальных медиапланов
- информационный копирайт
- создание креатива (макеты, инструменты и т.д.)
- изготовление рекламных инструментов

от 15 тыс. евро

РЕАЛИЗАЦИЯ

ВАРИАНТ А (полная программа)

ВАРИАНТ И (эффективная выборка)

ВАРИАНТ С Event активность

- ПРЕЗЕНТАЦИЯ
- PR активность
- PROMO в местах продаж
- ФИНАЛЬНЫЙ EVENT

- ПРЕЗЕНТАЦИЯ
- PR активность
- ФИНАЛЬНЫЙ EVENT

от 100 000 евро/регион – Стратег. партнёр
от 50 000 евро/регион – Партнёр
от 20 000 евро – Региональный партнёр

от 60 000 евро/регион – Стратег. партнёр
от 30 000 евро/регион – Партнёр
от 10 000 евро – Региональный партнёр

от 40 000 евро/регион – Стратег. партнёр
от 20 000 евро/регион – Партнёр
от 5 000 евро – Региональный партнёр