

Ната, Макс и Ко представляют:



Гастрольный тур по Сибири уникального музыкального коллектива SILENZIUM, исполняющего классику в рок-обработке

Цель

Проведение двух коммерчески успешных концертов группы SILENZIUM в Томске и Красноярске в сентябре 2010 года с получением прибыли в размере 34 000 рублей и собранной аудитории 800 человек

Адресность

- Люди, интересующиеся классикой, роком и новыми музыкальными направлениями
- Администрации концертных площадок
- Организаторы культурных мероприятий
- Рекламные агентства
- СМИ

Продукт

- Удовольствие, яркие эмоции посредством музыки
- Удовлетворение потребности в знакомстве с качественной музыкой
- Доход за оказание услуг
- Информационный повод

Результативность

- Проведение 2 концертов в Томске и Красноярске в сентябре 2010 года
- Охват аудитории количеством 800 человек
- Получить прибыль в размере 34 000 рублей
- 7 публикации в прессе
- 100 проданных дисков
- 2 предложения на новые концерты

Бюджет

Расходы	
Статья	Сумма
Аренда залов	70000
Транспортные расходы	15000
Реклама	40000
Канцелярские товары	5000
Расходы на з/п	50000
Налоги на з/п	16084
Прочие расходы	10000
Расходы на изготовление дисков	8000
Налог на Прибыль	11019,84
Итого расходы	225103,84

Доходы			
Источник	Кол-во	Цена	Выручка
Продажа билетов	800	300	240000
Продажа дисков	100	200	20000
Итого доходы			260000
Прибыль			34896,16
Безубыточный объем продаж билетов			680
Безубыточный объем продаж дисков			40
Необходимая первоначальная сумма (собств. ср.)			100000

Маркетинг

1. Продукт – музыкальный коллектив SILENZIUM

Уникальность в:

Состав инструментов

Репертуар (классика в обработке, кавер версии-рок хитов, свои композиции)

2. Информация о проведении концерта будет получаться из:

Рекламных афиш

Рекламы в СМИ (статьи, баннеры, анонсы), оплачиваемой и партнёрской

Рекламы в Интернете (рассылки и сообщения на форумах)

Выставки, ярмарки, фестивали, рок фесты

3. Концерт удовлетворит потребности нашей целевой аудитории, которая представлена

Возрастная категория от 17- до 25 (любители рока и его альтернативных направлений)

Возрастная категория от 35 до 55 (поколение “хард-рокеров»)

Удовлетворение интересов целевой аудитории

Потребность в качественной альтернативной музыке

Желание послушать рок в культурной («неклубной») обстановке

Социальный дизайн

- **Какие благоприятные социальные последствия могут сопровождать реализацию проекта?**

Увеличится количество молодых людей на концертах классической музыки

Увеличится число детей и взрослых, обучающихся игре на классических струнных инструментах

Повысится популярность среднего и высшего музыкального образования. Увеличится число абитуриентов, поступающих музыкальные колледжи и консерватории



*Оживим классику
роком!!!*