



## «ИнтелМедиа»

маркетинговый консалтинг

Санкт-Петербург, 195030, ул. Потапова, д. 2, лит. А, пом.1Н.

телефон: (812) 941-59-59, факс: (812) 444-29-45

e-mail: [info@intelmedia-group.ru](mailto:info@intelmedia-group.ru)

### Аналитическое описание рекламной кампании парома по маршруту «XXXX»

**Время проведения рекламной кампании:** 15 марта -15 мая 2010 г.

**Место проведения:** Санкт-Петербург, Россия

**Рекомендуемый бюджет:** XXXX руб.

**Цель рекламной кампании** – продвижение нового регулярного паромного сообщения «XXXX», информирование потенциальных туристов об открытии рейса.

**Целевая аудитория** - социально активные жители Санкт-Петербурга, которые потенциально могут быть:

- туристами, отдыхающими в XXXX,
- транзитными туристами, путешествующими через XXXX.

#### Рекомендуемое позиционирование в рамках рекламной кампании

Паром обладает уникальным конкурентным преимуществом, поскольку паром – единственный вид транспорта, обеспечивающий отдых туристов непосредственно в пути.

#### Предлагаемые средства размещения рекламы

Средство размещения рекламы	Описание
Карта-путеводитель	Для данной кампании размещение рекламы на карте-путеводителе эффективно, благодаря четкой концентрации на целевой аудитории. Карта-путеводитель обеспечивает длительный контакт с рекламой. Благодаря размещенным в путеводителе купонам на скидку, повышается вероятность того, что потенциальный потребитель сохранит карту-путеводитель с рекламной информацией (в отличие от стандартных рекламных листовок).
Экраны	Экраны рассчитаны, в первую очередь, на автомобилистов и, во вторую очередь, на пешеходов. Для данной рекламной кампании размещение на экранах эффективно, т.к. экраны находятся в центральной части города. Реклама на экранах экономически более выгодна, чем биллборды, а также более привлекательна за счет динамики, яркости и большей площади рекламного поля. Отсутствует эффект перенасыщения информацией.
Транспорт (автобусы)	Реклама на автобусах привлекает внимание за счет динамики, яркого макета и креатива. В рамках данной кампании размещение рекламы на автобусах обеспечивает непосредственный контакт с целевой аудиторией (автомобилистами и пассажирами).
Интернет	Интернет-реклама позволяет осуществлять адресное воздействие на целевую аудиторию.
Пресса	Размещение рекламы в специализированной прессе. Популярность и массовость предложенных изданий дает возможность максимального воздействия на широкую аудиторию.

## Бюджет и эффективность рекламной кампании

Статья бюджета	Сумма, руб.
Карта-путеводитель	XXXX
Экраны	XXXX
Транспорт (автобусы)	XXXX
Интернет	XXXX
Пресса	XXXX
ИТОГО	XXXX

Предлагаемый вариант размещения (см. Приложение 1) позволяет покрыть максимальное количество целевых потребителей при сравнительно небольших инвестициях. По другим носителям невозможно обеспечить такое качество и покрытие внутри указанного бюджета, не жертвуя качеством, охватом и не вводя ограничение по целевой аудитории.

По оценкам экспертов, количество контактов при использовании предложенных средств размещения рекламы составит XXXX. Благодаря одновременному использованию различных видов средств размещения, на каждого потенциального потребителя будет приходиться несколько контактов с рекламной информацией (на экранах, в Интернете, на транспорте и т.д.).

Средство размещения рекламы	Количество контактов
Карта-путеводитель	XXXX
Экраны	XXXX
Транспорт (автобусы)	XXXX
Интернет	XXXX
Пресса	XXXX
ИТОГО	XXXX

Около 30% населения Санкт-Петербурга выезжают за рубеж. Именно данная категория жителей Санкт-Петербурга представляет собой потенциальную аудиторию для паромного маршрута «XXXX». Соответственно, количество контактов потенциальной аудитории с предлагаемой рекламной кампанией составит XXXX.

По данным Российского Союза Туристов, на 100 контактов приходится 3 обращения (т.е. 3%). Соответственно, ожидаемый эффект от предлагаемой рекламной кампании составит – 858 885 обращений.

### Дополнительные возможности

Компания «ИнтелМедиа» также предлагает усилить рекламное воздействие на потребителя (и повысить эффективность кампании) за счет дополнительных маркетинговых мероприятий, таких как:

- Совместная партнерская акция с сетью автозаправочных станций «Газпромнефть» (разветвленность сети «Газпромнефть» позволит добиться большого количества контактов с рекламой «XXXX»)
- Организация и проведение пресс-конференции / ознакомительного тура для журналистов.

**Резюме:** по мнению экспертов «ИнтелМедиа», данный вариант размещения рекламы является оптимальным и максимально соответствующим обозначенной цели кампании.

**Медиаплан рекламной кампании  
для парома по маршруту «XXXX»**

<b>Рекламоноситель</b>	<b>МЕДИА/СМИ носители</b>	<b>Объем размещения</b>	<b>Период размещения</b>	<b>Сумма, руб.</b>
<b>Экраны</b>	Восстания пл; Московский пр./Обводный кан.; Ждановская наб.; Невский пр. 18; Владимирская пл.; Труда пл.; Сенная пл.	576 выходов в день по 15 сек каждый	15 марта – 15 мая 2010г.	XXXX
<b>Транспорт</b>	Автобусы по маршрутам (центр города - Невский пр. - "спальные" районы - окраины города)	12 м <sup>2</sup> * 30 шт. 1,6 м <sup>2</sup> * 50 шт.	15 марта – 14 июня 2010г.	XXXX
<b>Пресса</b>	"MetroBeauty"; "Метро"	6 публикаций по 1/2-1/3 полосы в рубрике "туризм"	апрель – май 2010г.	XXXX
<b>Карта</b>	Путеводитель «Водные прогулки по Санкт-Петербургу и Москве-реке»	72мм*58мм + 70мм*76мм 200 000 экз.	3-4 квартал 2010г.	XXXX
<b>Интернет</b>	mail.ru; yandex.ru; news.mail.ru; dp.ru; news.yandex.ru; vesti.ru; my.mail.ru; odnoklassniki.ru; vkontakte.ru; otzyv.ru; travel.mail.ru; tourdaily.ru; tourism.gismeteo.ru; spb.votpusk.ru; Sol+; kinoafisha.spb.ru; translate.ru; afisha.ru; yandex.ru /Афиша+ТВ; afisha.mail.ru; gismeteo.ru; spbpogoda.ru; weather, yandex.ru; weather.mail.ru; Direct.Yandex.; Begun.ru; Google.ru	12 231 350 показов	апрель 2010г.	XXXX
<b>ИТОГО</b>				<b>XXXX</b>