

Проект медиапланирования для сети отелей «***»

ГК Мособлреклама, 2016 год

Общая справка об одном из профильных направлений деятельности клиента

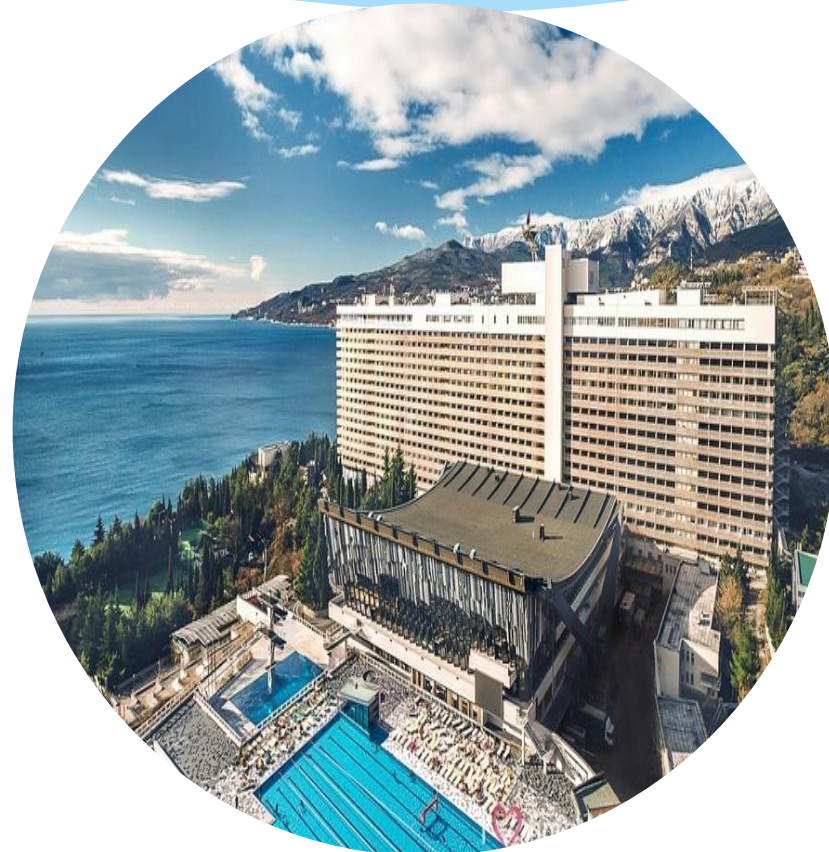
- * Гостиничная сеть “***” - это современные отели со стильными и комфортными номерами различных категорий; удобное местоположение и высококвалифицированный персонал.
- * Отели сети “****” расположены в крупнейших городах России: в Екатеринбурге ****, в Нижнем Новгороде ****, в Новосибирске ****, в Ростове-на-Дону ****, в Сочи ****.



Ключевой объект продвижения

Ключевым активом компании, на базе которого будет выстроена коммуникационная стратегия, является один из гостиничных комплексов сети – отель «***».

- * Расположен в г. Ялта
- * Имеет статус 4-х звездочного отеля высокого уровня
- * Имеет развитую развлекательную инфраструктуру
- * Предоставляет возможность круглогодичного отдыха



Тренды туристического рынка (внутренний туризм)

- * Закрытие целого ряда заграничных туристических направлений для российских граждан, включая одни из самых популярных и доступных (Египет, Турция). Как следствие, переориентация потребителя туристических услуг на внутренний сегмент.
- * Расширение географии внутренних туристических кластеров (полуостров Крым), большее разнообразие и альтернатива выбора внутреннего отдыха.
- * Улучшение качества предоставляемых услуг в сегменте внутреннего туризма, государственная поддержка, увеличение объема частных инвестиций в развитие новых направлений.
- * Развитие инфраструктуры объектов внутреннего туризма.

Конкурентная среда

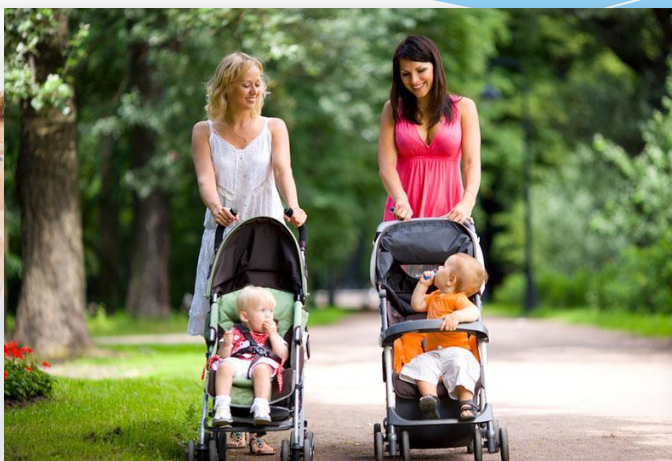
В качестве основных конкурентов отеля «***» можно выделить такие гостиничные комплексы как:

- * «***»;
- * «***»;
- * «***».

Стоит отметить, что со стороны перечисленных представителей отельного бизнеса рекламной активности в Московской и Подмосковной географии не наблюдалось.

Основными зональным конкурентами выступают гостиничные комплексы г. Сочи.

Анализ потребителей



Возрастная группа людей старше 60 лет (пожилые люди)

Женщины с детьми

Категория «невъездных» граждан

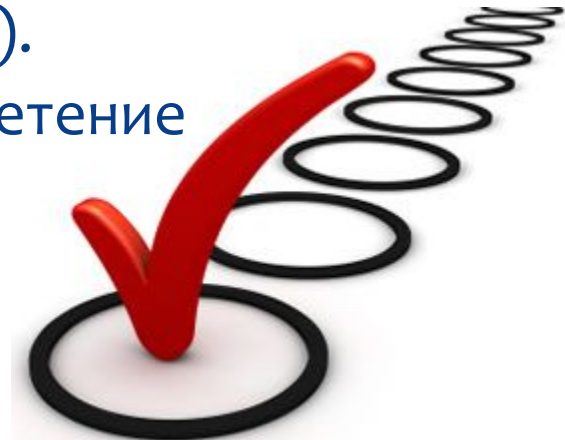
Целевая аудитория

- * Обеспеченная категория жителей Москвы и Московской области (возрастная категория 30-45 лет);
- * Пожилые люди;
- * «Невыездная» категория граждан (военнослужащие, сотрудники силовых и правоохранительных ведомств).



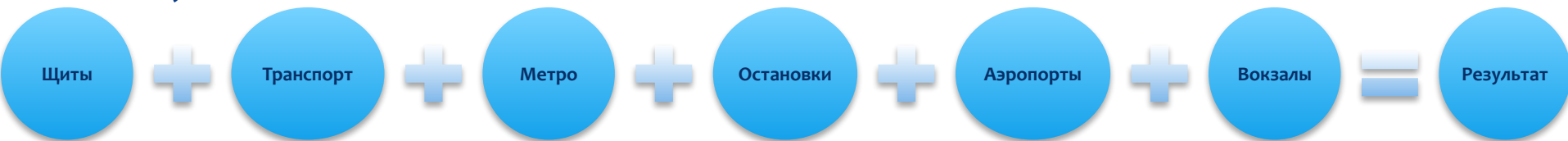
Основные цели и задачи рекламной кампании

- * Увеличение загрузки номерного фонда профильного объекта – отель «***» (с 80% до полной загрузки);
- * Обеспечение позиционирования и устойчивого присутствия бренда («***») на рынке;
- * Увеличение знания о рекламируемом комплексе у потенциальных клиентов отеля (отель «***»);
- * Обеспечение устойчивого спроса на приобретение услуг гостиничного комплекса.

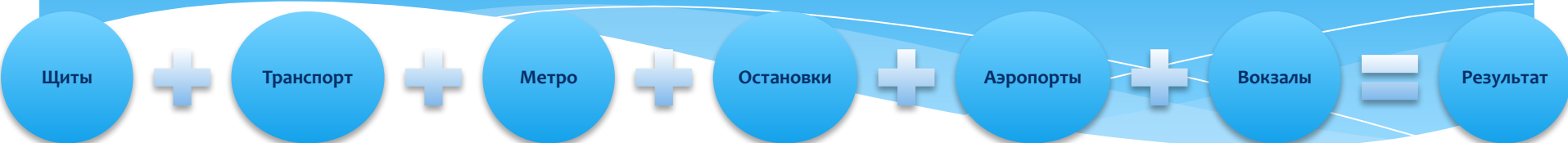


Предлагаемые каналы КОММУНИКАЦИИ

- * Щитовая наружная реклама (билборды, суперсайты);
- * Транзитная реклама (маршрутные транспортные средства);
- * Остановочные павильоны;
- * Объекты рекламной инфраструктуры, расположенные на вокзалах;
- * Объекты рекламной инфраструктуры, расположенные в аэропортах;
- * Рекламные возможности метро (wi-fi сеть);



Период, география и охват рекламной кампании



- * ГК «Мособлреклама» предлагает рассмотреть вариант «сквозного» (непрерывного) размещения на различных типах рекламных конструкций.
- * Срок размещения - **июнь – сентябрь 2016г.**
- * География присутствия – **Москва и Московская область.**
- * Охват – Москва (**основные транспортные магистрали, метро**), МО (**«вылетные» магистрали (Киевское ш., Домодедовское ш., Ленинградское ш., Международное ш., МКАД)**), **аэропортовые и вокзальные зоны.**

ВАЖНО! Обеспечить непрерывный характер взаимодействия с целевой аудиторией, широкий охват присутствия, мощное воздействие на ЦА.

Возможно рассмотреть ротацию в определении приоритетных каналов коммуникации.

Наружная реклама (щитовая)

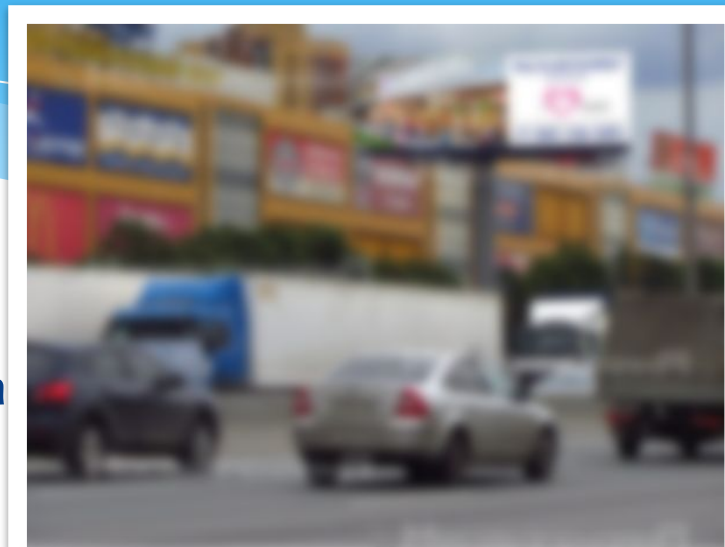


- * Широкий охват аудитории;
- * Частота и гибкость в реализации рекламных кампаний;
- * Относительно невысокая стоимость рекламного контакта;
- * Возможность долговременного воздействия на аудиторию;
- * Большое количество рекламных контактов;
- * Четкое обозначение географических границ воздействия рекламы.

Наружная реклама (щитовая)

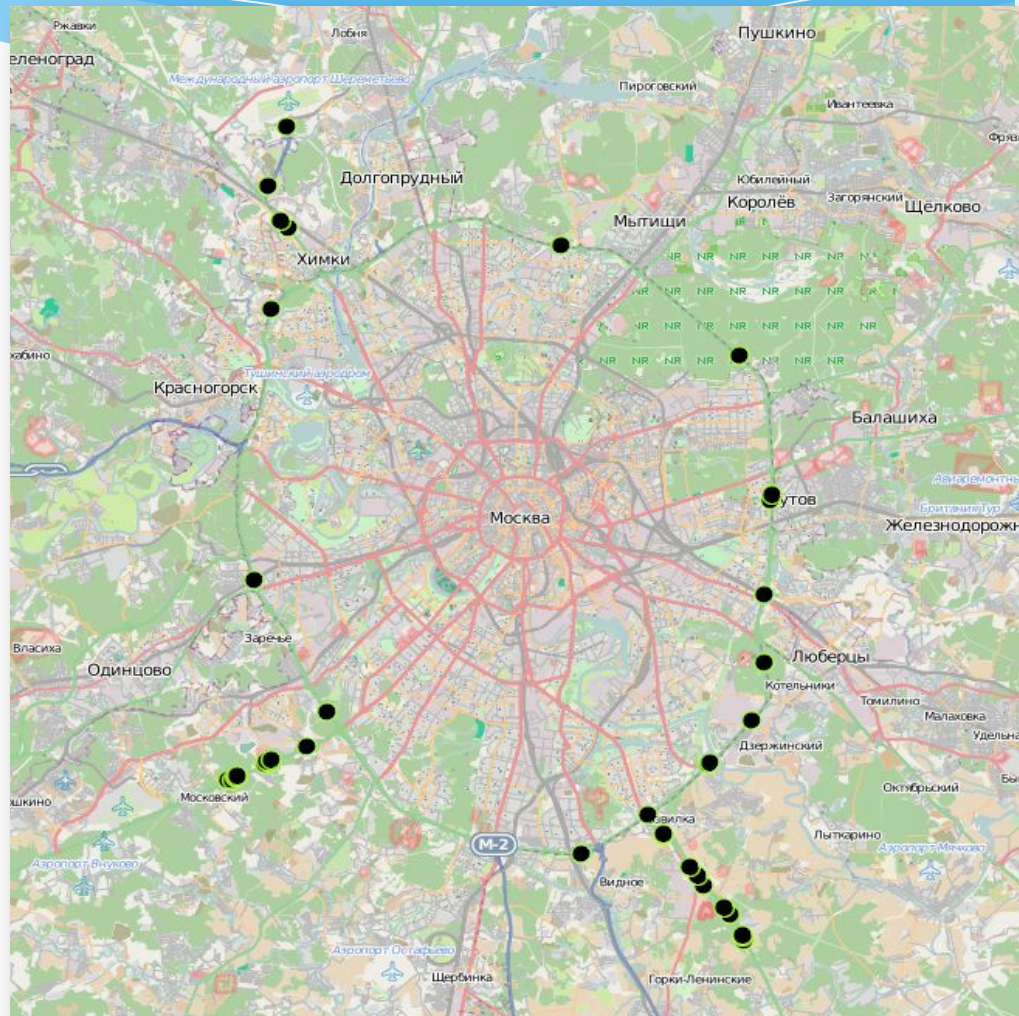
Зона присутствия:

- * МКАД (внешняя и внутренняя стороны), равномерное распределение инвентаря. Количество сторон – **14.**;
- * Киевское шоссе (удаленность до аэропорта Внуково), кластерное присутствие, совмещение сторон ББ (3x6) и СС (4x12). Количество сторон – **10.**;
- * Домодедовское шоссе (удаленность до аэропорта Домодедово), кластерное присутствие, совмещение сторон ББ (3x6) и СС (4x12, 5x15). Количество сторон – **10.**
- * Ленинградское шоссе (удаленность до съезда на Международное шоссе), СС (4x12, 5x15). Количество сторон – **2.**
- * Международное шоссе (удаленность до аэропорта Шереметьево), СС (4x12, 5x15). Количество сторон – **2.**



Наружная реклама (щитовая) карта рекламных адресов

- * Предложенный вариант присутствия гарантирует широкий охват, мощное целевое воздействие.
- * Выбранные направления являются наиболее трафиковыми (среднее количество контактов на МКАД – около 170.000 в день).
- * Целевые направления (Киевское, Домодедовское, Ленинградское и Международное шоссе) - вылетные магистрали.
- * Кластерный формат установки адресов (несколько РК подряд) считается наиболее эффективным и эффектным.
- * Комбинированный вариант трансляции (сочетание РК разного формата) позволит обеспечить узнаваемость бренда.
- * Наличие в адресной программе РК большого формата способствует повышению репутационного капитала рекламируемого продукта и увеличению лояльности со стороны потенциального потребителя.



Наружная реклама (щитовая) (бюджет рекламной кампании)

- * Период размещения (**июнь-сентябрь 2016**).
- * Стоимость размещения составляет **17.960.000 рублей с НДС (4.490.000 рублей в месяц с НДС)**.
- * Стоимость включает:
 - размещение рекламной информации;
 - обслуживание рекламной конструкции в течении всего периода размещения;
 - производство рекламоносителей;
 - монтаж, демонтаж рекламоносителей;
 - предоставление плановых фотоотчетов.

Транзитная реклама (маршрутные транспортные средства)

Социально-демографический состав аудитории автомобилистов и их пассажиров:

- * **Возраст:** 18-46 лет (95%) - активная трудоспособная часть населения
- * **Пол:** женщины - 37%, мужчины - 63%
- * **Образование:** высшее - 63%
- * **Доходы:** выше среднего - 88%
- * **Род деятельности:** руководители+менеджеры - 77%



Транзитная реклама (маршрутные транспортные средства)

Зона присутствия и охват:

ГК Мособлреклама предлагает размещение на **100 бортах** маршрутных транспортных средств.

Вариант размещения

Предлагаемый


Предлагаемый вариант трансляции является наиболее эффективным в соотношении затрат и прогнозируемого эффекта.



Транзитная реклама (маршрутные транспортные средства)

ПРАВЫЙ БОРТ

OTS:  от 15 тыс. контактов / сутки

состав аудитории:  62%

 3%

 35%



Сити-формат 5 м²



9 000 руб.

1^{ый} месяц

5 000 руб.

каждый следующий



Макет бесплатно



Производство и НДС
включены в стоимость



Запуск от 5ти дней



Минимальное количество:
5 единиц

Сроки размещения рекламы указаны
из расчета 1 месяц = 4 недели

Некоторые из основных направлений, представленных в программе:

- * Аэропорт Шереметьево (большинство терминалов);
- * ВДНХ ст.м.-просп.Мира - ул. Ростокинская;
- * Юго-Западная ст.м.-Вернадского проспект;
- * Тропаревская улица - Никулинская улица - Озерная улица - Боровское шоссе;
- * Каширское шоссе, с. Ям, Горки, Петровское, Каширское шоссе, Ореховый б-р, Шипиловский проезд- Домодедовская м.;
- * Лермонтовский проспект - Октябрьский проспект - Рязанское шоссе;
- * МКАД - Ярославское ш. - просп.Мира- ВВЦ (сев.);
- * "Москва - Нижний-Новгород" - Сталеваров ул. - Зеленый пр. - Свободный пр. (Балашиха)-Свободный пр. (Балашиха);
- * Киевская ст.м.-Киевская ст.м. (Киевский вокзал) - Тараса Шевченко, наб - Дорогомилловская Б., ул - Кутузовский, пр-кт - Можайское, ш - Вяземская, ул - Сколковское, ш - Немчиново п.-Немчиново п.;
- * гостиница Останкино-ул. Мал. Ботаническая - ул. Ботаническая - ул. Академика Королева- Останкинский пр. - Проспект Мира



Транзитная реклама (бюджет рекламной кампании)

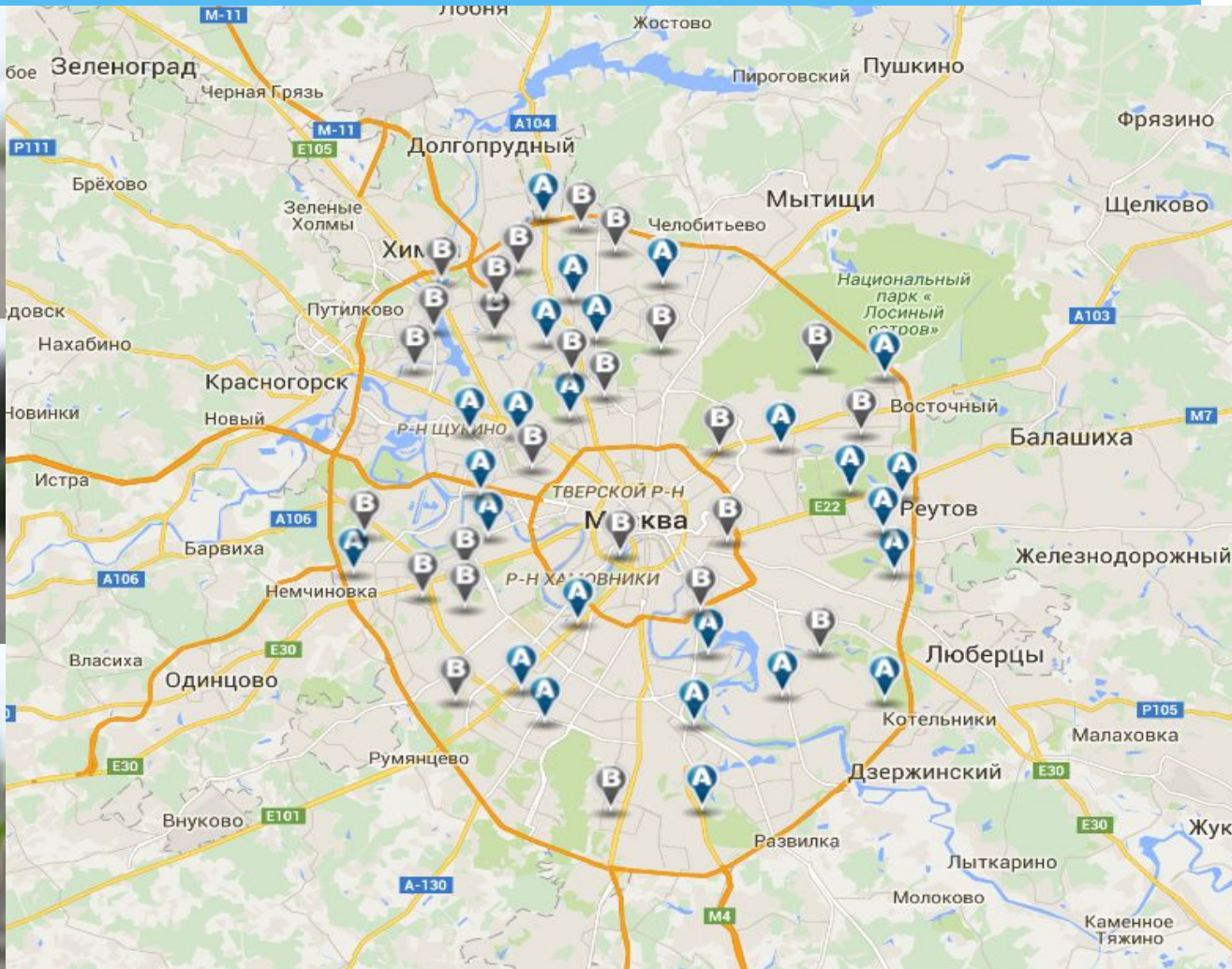
- * Стоимость проведения рекламной кампании (период июнь-август 2016) составляет **1.805.000 рублей (601.000 рублей в месяц)**.
- * В цену включены:
- * -НДС 18%;
- * -печать, ламинация;
- * -монтаж, демонтаж;
- * -гарантийное обслуживание;
- * -фотоотчет.

Остановочные павильоны

- * Охват;
- * Визуальный контакт;
- * Низкая стоимость;
- * Возможность комбинированного коммуникационного воздействия;
- * Быстрый запуск;
- * Низкая стоимость изготовления рекламоносителей;
- * Взаимосвязь с рекламным блоком на транзите, метро и щитовом инвентаре.



Остановочные павильоны (карта рекламных адресов)

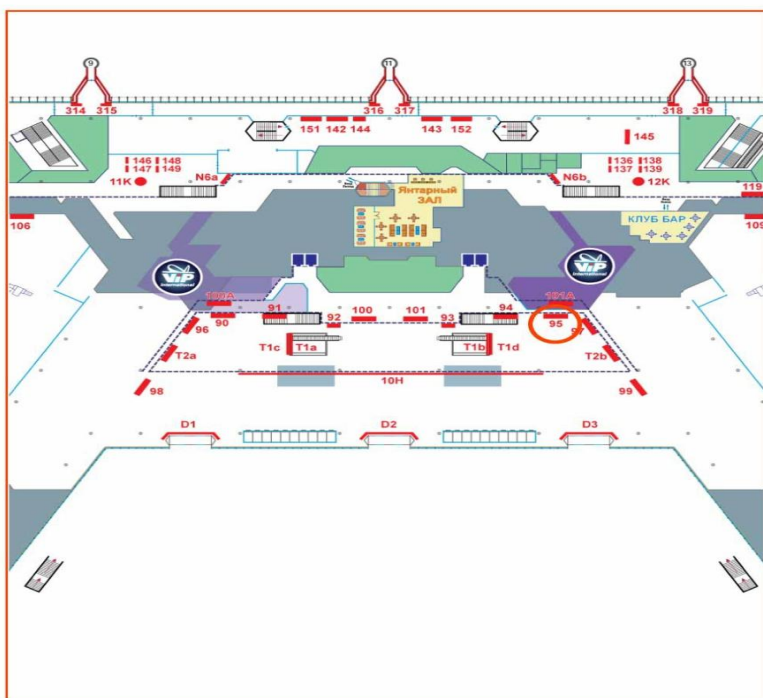


Остановочные павильоны (бюджет рекламной кампании)

- * ГК Мособлреклама предлагает пакетное размещение на остановочных павильонах (период июнь-август 2016), **50 рекламных адресов**. Адреса тесно связаны с логистикой движения брендированных транспортных бортов, что обеспечит непрерывность воздействия.
- * Стоимость размещения составляет **1.900.000 рублей с НДС (630.000 рублей в месяц с НДС)**.

Объекты рекламной инфраструктуры, расположенные в аэропортах

МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ "ШЕРЕМЕТЬЕВО". ТЕРМИНАЛ F. Вылет, 2 этаж.

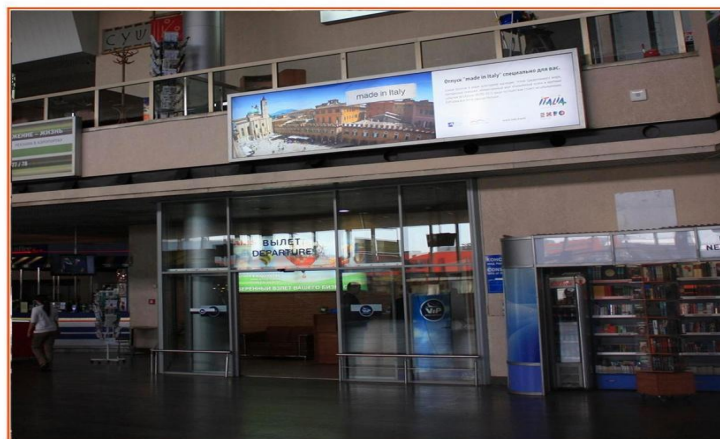


Номер места: **95**

Размер: 5,0 x 1,2 м

Рекламоноситель: баннер Backlit

Описание: световой короб на балконе 3-го этажа в общем зале вылета справа от информационного табло



Международный аэропорт "Шереметьево". Терминал F

Вылет / Общий зал

Световой короб в общем зале вылета, справа от информационного табло, над входом в VIP зал

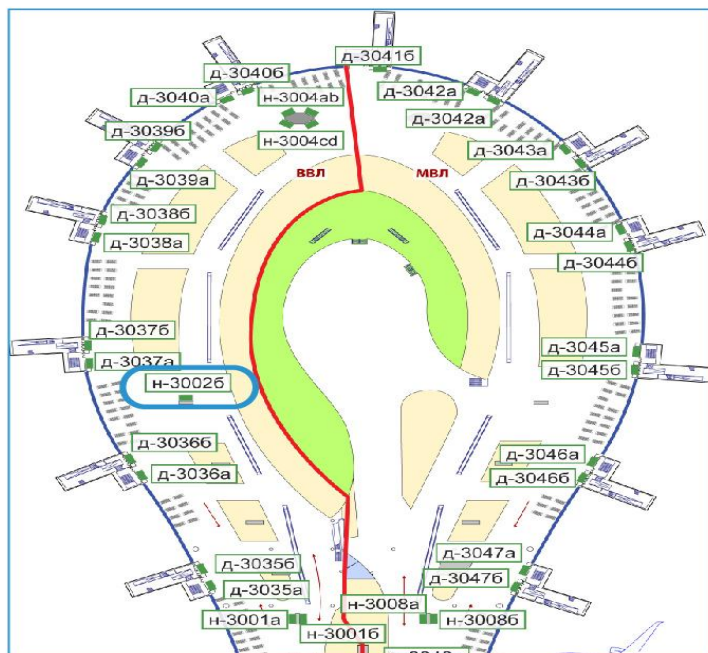
95

5,0 x 1,2

250 000 рублей

Объекты рекламной инфраструктуры, расположенные в аэропортах

|| МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВНУКОВО-1. Терминал А, 2 этаж. Вылет.

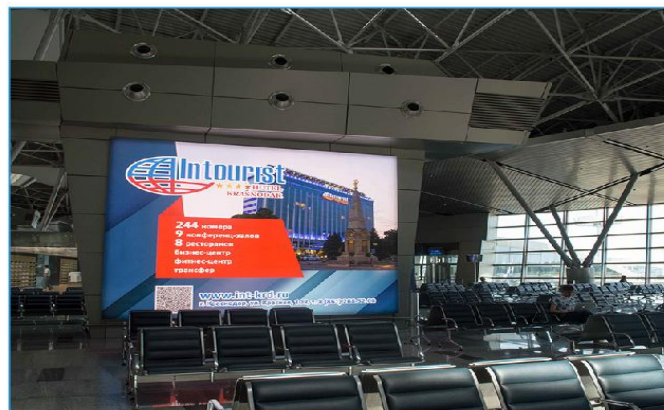


Номер места: **н-3002б**

Размер: 5,5 x 4,2 м

Рекламоноситель: баннер Backlit

Описание: световая конструкция в зале ожидания перед выходом на посадку, ВВЛ



Международный аэропорт
"Внуково", Терминал А

Вылет ВВЛ

Световой короб в зале ожидания
перед выходом на посадку

Н-3002Б

5,5 x 4,2

346 500 рублей

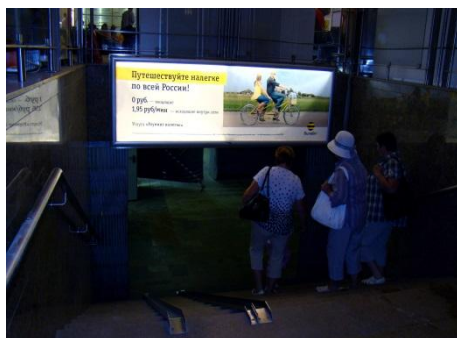
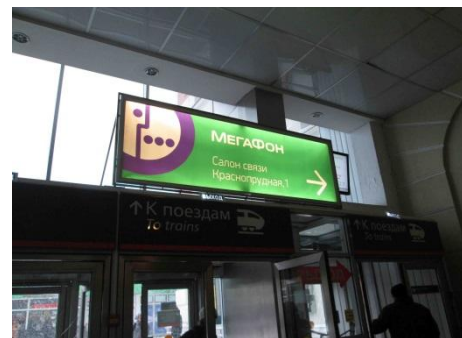
Объекты рекламной инфраструктуры, расположенные в аэропортах (бюджет рекламной кампании)

- * ГК «Мособлреклама» предлагает размещение (сезонное) на период (**июнь-август 2016**) на 2-х наиболее трафиковых площадках, расположенных в аэропортах **Шереметьево и Внуково**.
- * Стоимость размещения составляет **1.925.000 рублей с НДС (641.000 рублей в месяц с НДС)**

Объекты рекламной инфраструктуры, расположенные на вокзалах

- * Предлагаем вариант охвата 3-х вокзальных комплексов – Казанский вокзал, Ярославский вокзал, Ленинградский вокзал.
- * РК разного формата, обладающие различными техническими характеристиками (освещение, динамическая смена изображений).
- * Тесно связаны с транспортом и метро.
- * Охвачены целевые зоны (премиальные зоны ожидания, пути следования пешеходов к категории электричек «спутник», основные входы в метро, билетные кассы).

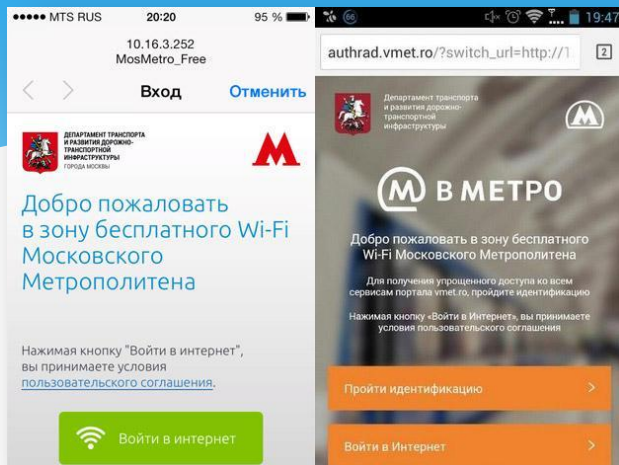
Перечень предлагаемых адресов по вокзальной рекламной инфраструктуре



Объекты рекламной инфраструктуры, расположенные на вокзалах (бюджет рекламной кампании)

- * Рекламная кампания запланирована на период (**июнь-август 2016**).
- * Стоимость размещения составляет **1.570.000 рублей с НДС (523.000 рублей в месяц с НДС)**.
- * Адресная программа включает **12 адресов** различного формата.
- * Стоимость размещения включает:
 - размещение рекламной информации;
 - производство рекламоносителей;
 - монтаж, демонтаж рекламоносителей;
 - техническое обслуживание в течение всего срока размещения;
 - плановый фотоотчет.

Рекламные возможности метро (wi-fi сеть)



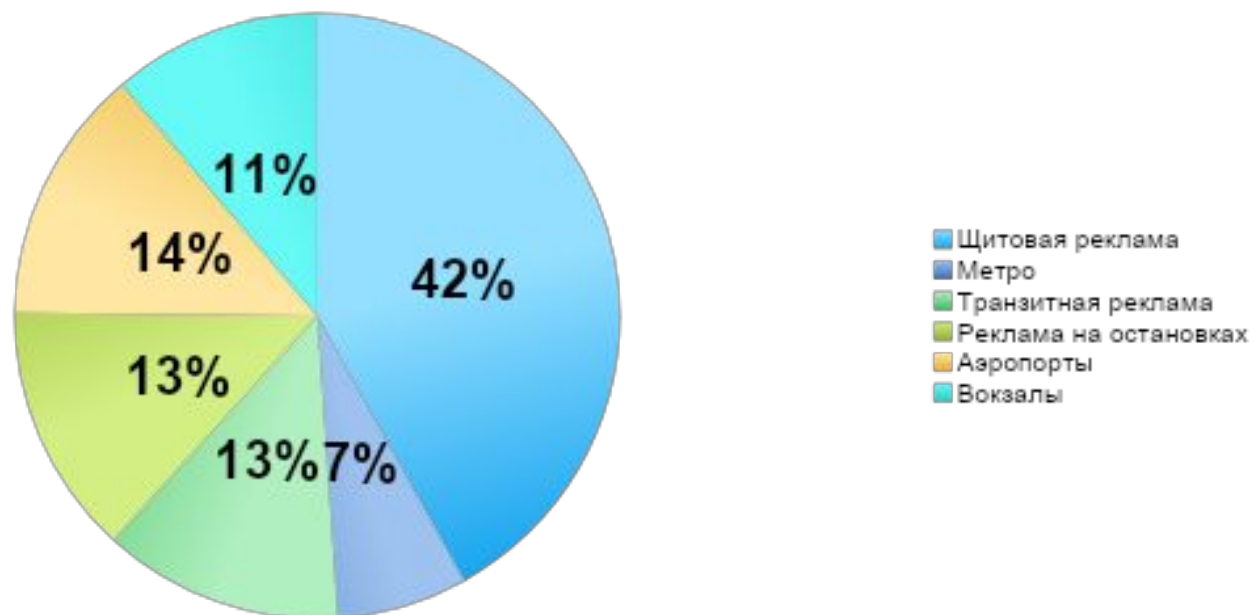
- * Рекламный охват на всех 12-и линиях Московского метро;
- * 9 из 10 пассажиров метрополитена имеют мобильные устройства с доступом к интернету (широта воздействия);
- * Возможность уникального таргетинга;
- * Лояльное отношение к рекламному контенту обусловлено благодарностью за бесплатный источник интернета;
- * Активная аудитория, на которую происходит воздействие;
- * Моментальный запуск рекламной кампании;
- * Возможность оперативно вносить корректировки в рекламный контент (акции, спец предложения).

Рекламные возможности метро (wi-fi сеть) (бюджет рекламной кампании)

- * ГК Мособлреклама предлагает задействовать данный канал коммуникации, чтобы дополнить присутствие в Москве. Т.к. мы решили оптимизировать рекламный бюджет за счет удаления размещения на ББ и СС (внутри Москвы), в силу завышенной стоимости размещения.
- * Стоимость размещения (период июнь-август 2016) составляет **986.000 рублей с НДС (330.000 рублей в месяц с НДС)**.
- * Объем размещения – **430.000 показов в месяц**.
- * Прогнозируемые показатели по **CTR – 1,4%** (отношение количества кликов к количеству показов), **количество кликов – 6.020**, **стоимость одного клика – 43,7 рублей**.

Кумулятивный бюджет на проведение рекламной кампании

- * Кумулятивный бюджет на проведение рекламной кампании (период июнь-сентябрь 2016) составляет 26.136.000 рублей с НДС (6.534.000 рублей в месяц с НДС).



Рабочая группа

Состав рабочей группы:

- * Менеджер по проекту – Боганова Ирина
- * Менеджер по направлению «Транзитная реклама»
– Ширков Павел
- * Менеджер по направлению «Уличная мебель», «Аэропортовые зоны» - Фокин Илья
- * Менеджер по направлению «ООН» (Москва и Московская область), «Метро» – Трушин Денис



Г Р У П П А К О М П А Н И Й
МОСОБЛРЕКЛАМА

101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д.24/7, стр.1 офис №75

Тел./факс: 623-55-55, 635-64-45

623-70-76, 623-86-96

<http://www.mosoblreclama.ru>

e-mail: info@mosoblreclama.ru

Вас обязательно заметят!

Москва 2016 год