



**PR-кампания для
спортивного магазина
«OLYMPIA»**

План:

- 1. Презентация компании**
- 2. Сегментация общественности**
- 3. Целевая Аудитория**
- 4. Средства продвижения**
- 5. Специальные мероприятия**
- 6. Бюджет**

Презентация компании

Быстрее, круче, дешевле!



Политика Компании(магазина)

Компания Олимпия, пробудит дух соревнований и даст почувствовать себя олимпийским спортсменом. Предоставляет товары достойного качества по разумным ценам.

Адрес:ТЦ Рио (пр. Нагибина 17) 2 эт.

Сегментация общественности

Проведен анализ статистических данных из различных официальных источников

Выявлены основные типы потребителей:

- **Ключевые(первичные)**
- **Внешние(вторичные)**
- **Промежуточные**
- **Потенциальные**

Ключевые(первичные) - студенты и их родители

	Молодые	Старшие
Возраст	24	39
Семейное положение	Холост	Женат / Замужем дети
Образование	Высшее / учится в вузе	Высшее оконченное
Работа	Временная / Безработный	Постоянная работа
Средний чек	10,000	20,000

Внешние(вторичные)

профессионально занимающиеся спортом

- Люди 28-31 год, имеющие высшее образование, возможно наличие спортивного разряда.
- Имеют постоянный источник дохода, позволяющий поддерживать серьезные занятия спортом.

Промежуточные - поставщики
товара, арендодатели, службы подбора
персонала, рекламные агентства, и.т.д.

Потенциальные - "вечные студенты"
активные школьники, желающие
заняться спортом.

- Возраст не играет особой роли. Может позволить приобретать продукцию базового и среднего уровня.
- Также сюда следует отнести категорию людей, для которых спорт является средством общения и социализации, считающих что спорт - это модно.

Целевая Аудитория (ЦА)

Определить целевую аудиторию

Проанализированы среднестатистические портреты различных типов потребителей

Паспорт ЦА

Выявлены две наиболее перспективные целевые аудитории:

18-29

1990(24 года)

35-45

1975(39 лет)

1990 год

Маркеры:

- пепси
- интернет
- MTV

Ценности:

- свобода(индивидуальность)
- самосовершенствование
- драйв(движение)

Модели поведения

- спонтанная покупка
- квазипатриотическая модель
- поисковая модель

1975 год

Маркеры:

- семейные ценности(как неформальная дружеская группа)тренд семьи
- ориентирован на спорт
- самореализация через спорт (новое)

Ценности:

- инициативность(активная позиция)
- забота о здоровье
- ориентированность на практичность

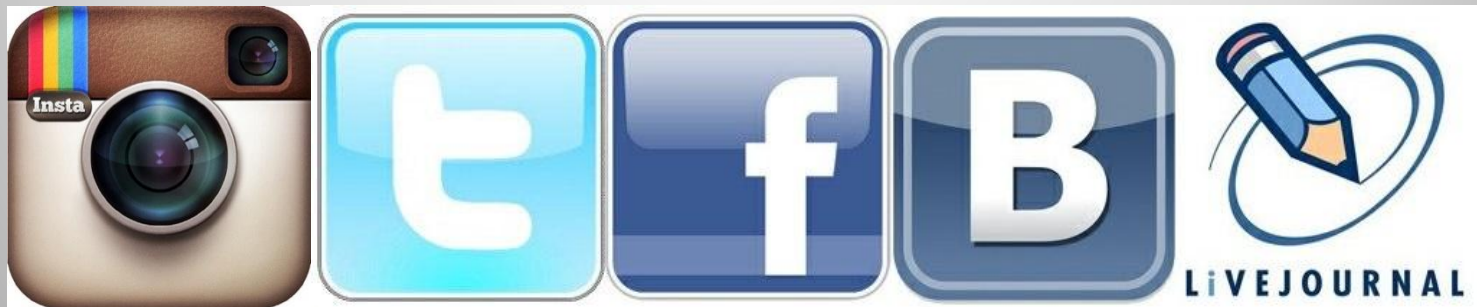
Модели поведения

- рациональность, осознанное решение
- ориентация на опыт
- не боится экспериментировать
- склонность к путешествиям

Средства продвижения

Реклама на страницах в социальных сетях.

(фейсбук, инстагр, вк, жж, твит.)



Глянec

(Собака РНД, Я покупаю, Кто главный)



Пресс релиз

Магазин **OLYMPIA**, открывает для вас мир спорта **10,24,31 мая** с **Михаилом Осиновым**. Подробная информация на сайте **олимпия.рф**
OLYMPIA Быстрее, круче, дешевле!

Агенты влияния

(дети занимающиеся в спортивных секциях, футбольных клубах и площадках)

Другая реклама:

- Сайт магазина(рассказ о людях, истории)
- Видео реклама (в торговых центрах, спорт-барах)
- Буклеты (в спорт-барах, фитнес центрах, секциях и школах).

Специальное мероприятие

Автограф Сессия

10 Мая, Суббота, 11.00

- В магазине ТЦ Рио, 2 эт.
- Ориентированно больше на детей и молодых.

Сценарий:

8-10 мин

20 мин

4 мин

1 часть Рассказ звезды о себе. (карьера, сколько выиграл призов, приглашает на консультацию и мастер класс)

2 часть Автограф сессия.

3 часть Коллективное фото всех пришедших.

Консультация

24 Мая, Суббота, 11.00

- В магазине, ТЦ Рио, 2 эт. в отделе футбольного инвентаря.
- Для старших. Консультация по подбору обуви с большим ассортиментом футбольной обуви.

Сценарий:



5 мин

40 мин

1 часть Вступительное слово, можно с рекламой какого-нибудь товара.

2 часть Консультация, помощь в подборе снаряжения и футбольной экипировки.

Мастер класс

31 Мая, Суббота, 10.30

- Пр.Нагибина 37(футбольное поле возле «Универсал зебры»)
- Для всех. Много разных банеров ФК Ростов, раздатка – магнитики с эмблемой ФК и Олимпиаи)

Сценарий:

10 мин

40 мин

5-10 мин

1 часть Выступление организаторов (ФК Ростов, Олимпия, представитель от администрации воронж. района), обозначают призы.

2 часть Различные трюки показываются звездой, проводится все это в форме разминки, проводятся соревнования среди пришедших.

3 часть Награждение, коллективное фото.

Бюджет

Бюджет

- **Футболист.** Участвует в проекте бесплатно (другие расходы связанные с ним)
- **Разные стенды, столы и витрины** (для проведение акции в магаз.)
- **Выпуск рекламных листовок** (листовки с объявлениями в спорт кружки, школы, в разные сети быстрого питания, спорт бары)
- **Создание сайта** (з/п дизайнеру сайта, провайдеру за размещение)
- **Статьи в местных журналах**
- **Раздатка** (выпуск магнитиков, футболок и. т.д.)