РИССО 4-3, СЕМЁНОВ НИКОЛАЙ

РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА ПО ПРОДВИЖЕНИЮ БРЕНДА ГОРОДА САМАРА

	Д. Условия жизни		
15 / 85	Доля плохих дорог	за 2016	73.9 %
43 / 85	Жилье: доля ветхого и аварийного		2.38 %
59 / 70	Жилье: обеспечение жильем многодетных семей	за 2016	1.111 %
36 / 80	Жилье: обеспечение жильем молодых семей	за 2016	7.965 %
35 / 85	Жилье: площадь на душу населения	за 2017	26.2 м² на человека
78 / 85	Жилье: процент неблагоустроенного	за 2017	18.9 %
27 / 85	Жилье: строительство нового	за 2017	0.559 м² на человека в год
9 / 85	Индекс качества жизни «РИА Рейтинг»	за 2021	60.71
12 / 85	Интернет: процент жителей, имеющих доступ в интернет	за 2016	73.6 %

	А. Общая демография		
52 / 85	Естественный прирост населения	за 2017	-2.9 человека на 1 000 в год
51 / 85	Естественный прирост населения. Рождаемость	за 2017	10.8 ребенка на 1 000 в год
28 / 85	Естественный прирост населения. Смертность	за 2017	13.7 человека на 1 000 в год
30 / 85	Миграционный прирост населения	за 2017	-2.75 человека на 10 000 в год
41 / 85	Общий прирост населения		-0.72 человека на 1 000 в год
62 / 85	Общий прирост населения в городах		-1.754 человека на 1 000 в год
16 / 85	Общий прирост населения в сёлах		3.472 человека на 1 000 в год
11 / 85	Численность населения	за 2019	3 183 038 человек

	Е. Зарплаты и доходы		
38 / 85	Доходы: Медианный доход на душу населения	за 2019	23 070 ₽ на душу населения
28 / 85	Доходы: Соотношение медианного дохода и прожиточного минимума	за 2019	2.2 прожиточных минимумов
55 / 85	Доходы: Соотношение медианного и среднего дохода	за 2019	78.5 % среднего дохода
35 / 85	Доходы: Средний доход на душу населения	за 2019	29 396 ₽ на душу населения
40 / 85	Зарплаты в ПМ: медианная	за 2017	2.15 прожиточных минимума
27 / 85	Зарплаты в ПМ: средняя	за 2017	3.71 прожиточных минимума
42 / 85	Зарплаты: медианная	за 2021	34 889 ₽ в месяц

	Ж1. Экономика и труд		
69 / 85	Безработица	за 2017	4.2 %
22 / 85	Доля высокотехнологичной продукции в валовом продукте	за 2016	23.9 %
73 / 85	Дотации из федерального бюджета		0 ₽ на человека в месяц
31 / 85	Инвестиции в основной капитал на душу населения	за 2016	72 377 ₽
75 / 84	Количество юридических лиц		26.87 на 1000 человек трудоспособного возраста
45 / 85	Оборот общественного питания	за 2017	7 607 ₽ на человека в год
27 / 85	Оборот розничной торговли на душу населения в постоянных ценах	за 2017	15 986 ₽ на человека в месяц
13 / 85	Потребление электроэнергии	за 2018	26 630 млн. кВт·ч
27 / 85	Рентабельность экономики	за 2017	12.13 %

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ

ВЫВОД

1 Развитие социально-экономического положения

Несмотря на трудности, в большинстве своём, связанные с санитарно-эпидемиологической обстановкой

2 Достаточно низкий уровень безработицы

В сравнении со среднестатистическими данными других городов России, Самара располагает прекрасными показателями

3 Уровень медицины и здравоохранения

По уровню бесплатной медицины городу не хватает совсем немного, чтобы войти в ТОП-10 лучших городов России

4 Стоимость жилья

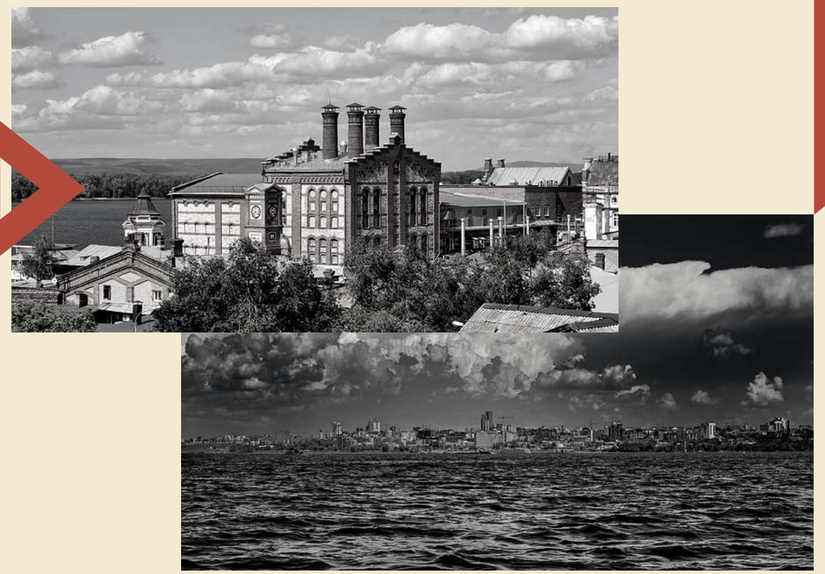
За счёт расширения территории города, Самара демонстрирует приемлемую стоимость за 1 кв./метр

Самаре оптимально сделать акцент на развитие миграционной составляющей для прироста населения и развития социально-экономических областей общества

КОММУНИКАЦИОННЫЕ АКТИВНОСТИ

Сочетание промышленности и природы

В Самаре большинство коммуникационной активности связано с культурно-социальными богатствами. Набережная, знаменитый Жигулёвский пивоваренный завод, Грушинский фестиваль, Площадь Куйбышева и многие другие достояния города. Знаменитые объекты города становятся объектами массовой культуры и прекрасно коммерциализируются



Культурно-социологический аспект

Самаре присуща и элитарная культура, которая динамично разбавляет досуг граждан. Футбольная команда “Крылья Советов”, богатые студенческие и театральные традиции, экскурсии по Старому Городу и многое другое, что добавляет "Волжской пристани" исторический антураж и высокое культурное наследие

ОСНОВНАЯ ПРОБЛЕМА: ОТСУТСТВИЕ УПОРА НА ПРОВЕДЕНИЕ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

МИРОВОЙ ОПЫТ

В большинстве своём, социальные проблемы имеют одинаковый характер. В зависимости от территориального расположения и климатических условий, наиболее популярными являются:

- Загрязнение окружающей среды
- Недоступность медицины
- Безработица
- Глобальное потепление
- Демографический кризис
- Социальное неравенство

СИТУАЦИЯ В РФ

Проблемы России имеют подобный мировому сообществу характер, однако, имеет индивидуальные обострения:

- Алкоголизм и наркомания
- Рост преступности
- Безработица
- Инфляция
- Высокий уровень коррупции

НЕСМОТРЯ НА ПОСТЕПЕННОЕ РЕШЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПРОБЛЕМ В РФ, СИТУАЦИЯ ОСЛОЖНЯЕТСЯ ИЗ-ЗА КОНФЛИКТОВ, СВЯЗАННЫХ С КОММУНИКАЦИЕЙ С МИРОВЫМ СООБЩЕСТВОМ, однако, вполне возможно, что в ближайшем будущем такая ситуация разрешится

Авторская концепция

Самарский регион теряет инвестиционную привлекательность. Решение этой проблемы - создание в бренде города характерных черт, способствующих привлечению людей к открытию ИП и других видов предпринимательства

- Стимулирование развития внутренней конкуренции
- Образ выгоды и старорусского характера
- Демонстрация развитых торговых путей
- Акцент на существующих промышленных предприятиях
- Купец - отсылка к антуражу прошлых веков

ПОРТРЕТЫ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Имя: Наталья
Возраст: 26
Пол: женщина
Семейное положение: Не замужем
Дети: Нет
Местоположение: Москва

Цели:
Независимость, пассивный доход, здоровье, моральное спокойствие

Ценности:
Новые знания, развитие, семья

Цитата: - Человек, который не ценит себя, не может ценить ничего или кого-либо. Айн Рэнд.
Род занятий: Работает
Должность: Дизайнер-интерьера
Уровень дохода: 21-30%
Уровень образования: бакалавриат
Прочие пометки: Нет

Проблемы:
Усталость, отсутствие свободного времени, рутина

Болевые точки:
Нахождение в неэкологичной среде, низкая частота контактов с близкими, стоимость проживания

Источники информации
Книги: Художественная литература, психология
Журналы: Не читает
Блоги и сайты: Сайты доставок "зелёных" продуктов, блоги про здоровое питание, тренировки, духовная психология, самореализация
Конференции: Нет
Лидеры мнений: ocoznay - психология (блоки / страхи); kseniya_hudyakova - нутрициолог, фитнес-тренер; yuliamillkiss - психолог, коуч
Прочие источник информации: Нет

Возможные возражения:
"Смогу ли я всё бросить?", "Получится ли построить бизнес в менее большом городе?"

Роль в процессе покупки:
Потенциальный юзер бренда города

Имя: Андрей
Возраст: 28
Пол: мужчина
Семейное положение: Женат
Дети: Нет
Местоположение: Ногинск

Цели:
Самодостаточность, достигнуть идеального "Я", обеспечить семью всем необходимым, построить будущее для детей

Ценности:
Семья, тёплые взаимоотношения с близкими, развитие, новая полезная информация, спорт, порядок во всех сферах жизни

Цитата: Кем бы ты ни был — будь лучше. Авраам Линкольн.
Род занятий: Работает
Должность: Бухгалтер страховой компании
Уровень дохода: 11-20%
Уровень образования: высшее
Прочие пометки: Нет

Проблемы:
Большое количество времени на дорогу, неразвитый город, нехватка времени на близких

Болевые точки:
Целесообразность принятых решений, финансовое прогорание, трудности в устройстве

Источники информации
Книги: Джордж Клейсон «Самый богатый человек в Вавилоне», Бодо Шефер «Путь к финансовой свободе», «Глиняный мост», Маркус Зусак
Журналы: Forbes, РБК, Harvard Business Review
Блоги и сайты: vc.ru, forbes.ru, cian.ru, Афиша Daily
Конференции: XLVIII Международная научно-практическая конференция "Advances in Science and Technology"
Лидеры мнений: Wylsacom, Олег Тинькофф, Джон Морган, Стив Джобс
Прочие источник информации: Родители, семья, друзья

Возможные возражения:
"Хватит ли у меня сил?", "Могу ли я гарантировать финансовую безопасность для своей семьи в новом городе?", "Не будет ли город похож на тот, в котором я живу?"

Роль в процессе покупки:
Потенциальный юзер бренда города, прививание бренду образа "семейного бизнеса"

Имя: Михаил
Возраст: 41
Пол: мужчина
Семейное положение: Разведён
Дети: Нет
Местоположение: Москва

Цели:
Построение сильного бренда, приблизиться к успеху кумиров, применить накопленные знания, увековечить своё имя, финансовая свобода

Ценности:
Финансы, интеллектуальная собственность, развитие, престиж, личностный рост

Цитата: Успех - это идти от неудачи к неудаче, не теряя энтузиазма. Уинстон Черчилль
Род занятий: Самозанятый
Должность: Совладелец ресторана
Уровень дохода: топ 10%
Уровень образования: бакалавриат
Прочие пометки: Нет

Проблемы:
Работа с менее мотивированными и квалифицированными коллегами, наличие разногласий с текущим окружением

Болевые точки:
Финансовое прогорание, целесообразность расширения выбранной индустрии, потеря времени

Источники информации
Книги: Г. Форд "Моя жизнь, мои достижения", Э. Вэнс "Илон Маск", Кошелек или жизнь» Вики Робин, Моник Тилфорд
Журналы: Forbes, РБК, Harvard Business Review, inc.Russia, Rusbase
Блоги и сайты: Т-Ж, forbes.ru, Bloomberg, Tech Crunch, РБК, Time, Fast Company
Конференции: Callday.Estate 2022, Водород Россия и СНГ 2022, Российский нефтегазовый саммит, Public Cloud
Лидеры мнений: Бернар Арно, Билл Гейтс, Джек Ма, Джефф Безос, Илон Маск, Уоррен Баффет
Прочие источник информации: Нет

Возможные возражения:
"Смогу ли я найти надёжных людей в другом городе?", "Стоит ли расширяться в других регионах?"

Роль в процессе покупки:
Рассматривает бренд города в качестве "нетронутой золотой жилы"

БРИФ НА РАЗРАБОТКУ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА

1 ЦЕЛЬ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Формирование у потребителя образа города “Место для инвестиций, предпринимательства и экологичной жизни с размеренным темпом”

2 ОСНОВНОЕ КОММУНИКАЦИОННОЕ СООБЩЕНИЕ

“Самара – купеческая гавань близ зелёных полей”

3 ОПИСАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Люди наиболее крупных городов России, а также Московской области. Работоспособные целеустремлённые люди, не испытывающие симпатию к неэкологичному окружению, переизбытку предложений рынка и огромным расстояниям. Ценности: финансы, саморазвитие, семья, успех

4 РЕГИОН ПРОВЕДЕНИЯ

Москва и её область, Санкт-Петербург, Новосибирск, Казань, Екатеринбург

5 БЮДЖЕТ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

3.000.000 рублей – бюджет рекламной кампании

6 СРОК ПРОВЕДЕНИЯ

05.11.22 – 21.01.23

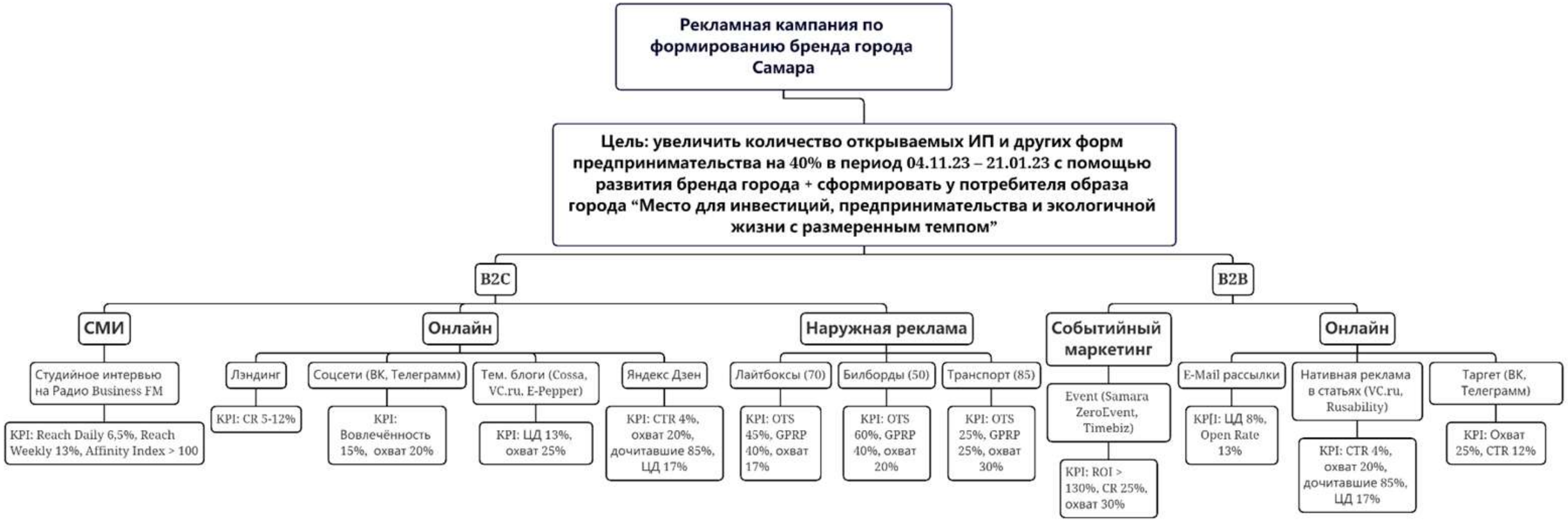
7 ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕДИА

Социальные сети, блоги, статьи, видеохостинги, региональные и тематические форумы

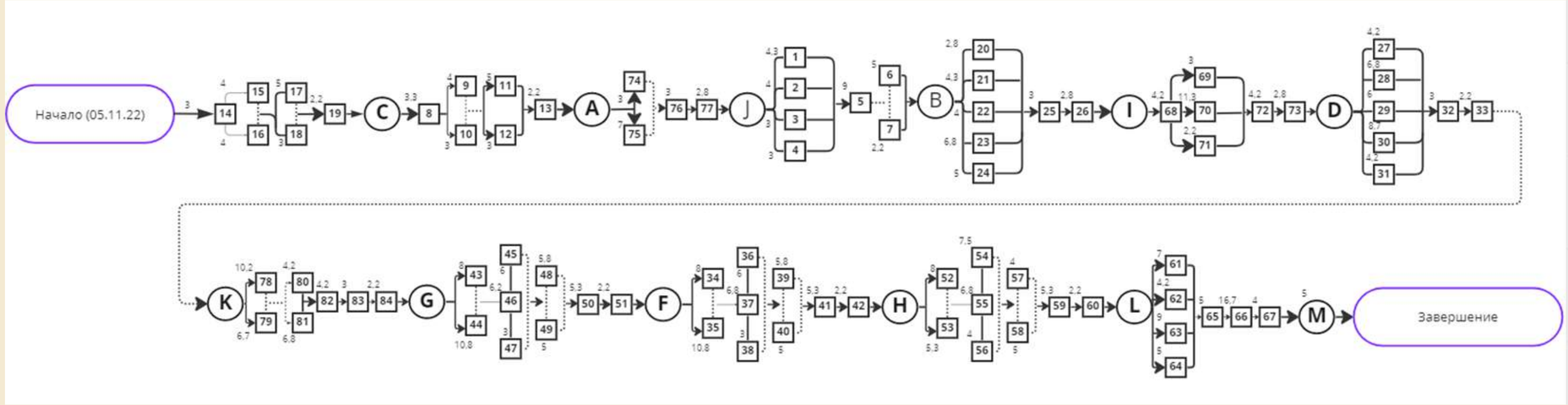
8 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Упоминания в социальных сетях (количество комментариев и репостов), создание положительного образа города от блогеров и селебрити (анализ фидбэка и репостов); количество просмотров и комментариев в статьях; упоминания в блогах, количество подписавшихся на тематические блоги; просмотры на видеохостингах, лайки и подписавшиеся; количество покупаемой рекламы на регион

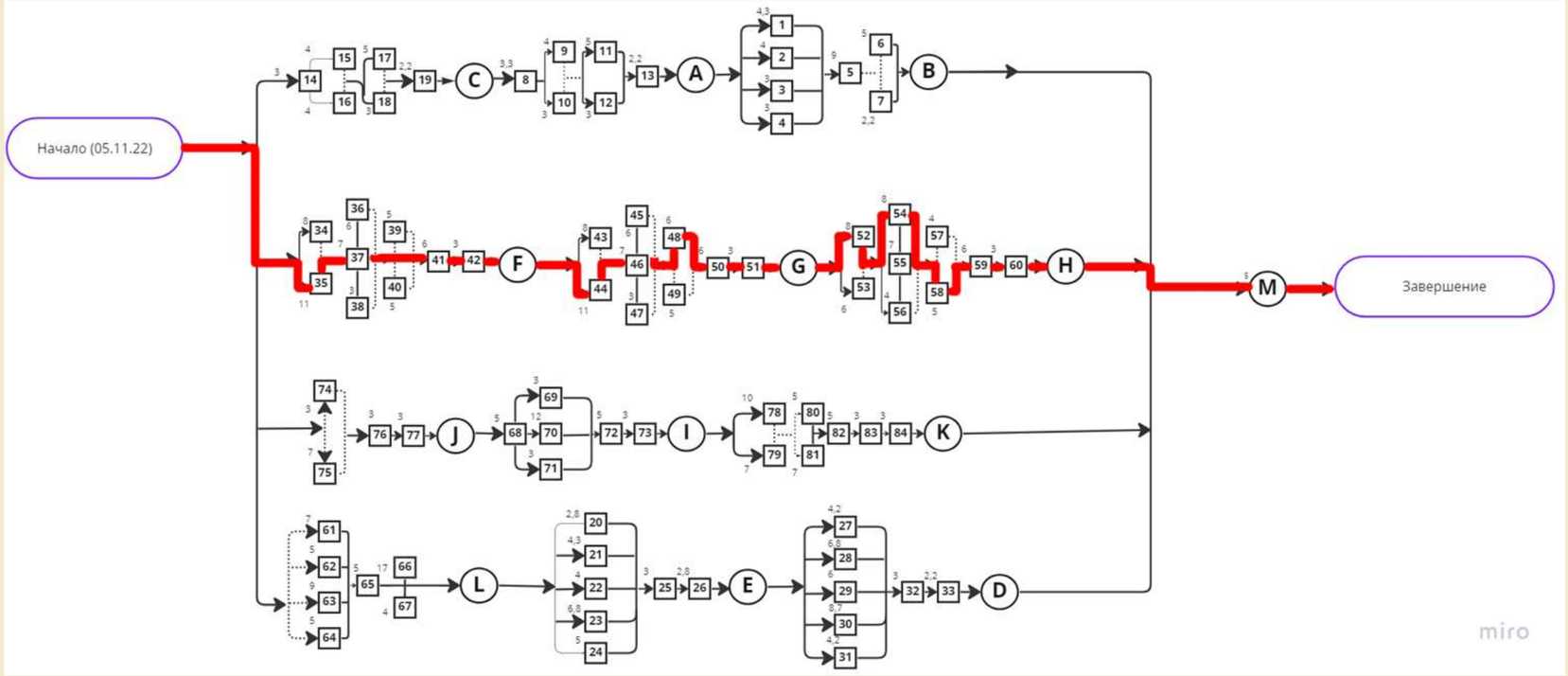
СТРУКТУРНАЯ МОДЕЛЬ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА



Креативные разработки



Критический путь = 100 дней



ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ РП

1 МЕДИАРЕСУРСЫ

2 456 500

2 ОПЛАТА ТРУДА ЧЛЕНОВ КОМАНДЫ

1 065 000

3 ПРОЧИЕ РАСХОДЫ + РИСКИ

150 000 + 550 725

4 ИТОГОВАЯ СУММА

13 671 500 + 15% (550 725) = 4 222 225

- В БЮДЖЕТЕ ПРЕДУСМОТРЕНЫ ВЕРОЯТНЫЕ РИСКИ

ОСНОВНЫЕ РИСКИ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА

1 СРЫВ ЭФИРА

Наличие на площадке дополнительного эксперта, осведомлённого о ходе и масштабах проекта, который специализируется в повествовательной сфере и готов дать экспертные ответы на вопросы

2 ЗАПРЕТ НА ПРОВЕДЕНИЕ EVENTS

Бронь коворкинга, позволяющая оперативно переместить аудиторию в другое помещение

3 НЕКАЧЕСТВЕННЫЕ МАКЕТЫ

В кратчайшие сроки отдать исходники дизайнера на аутсорсинг и проконтролировать размещение со сверхурочными

4 ПОТЕРЯ ДОСТУПА К МАКЕТАМ

Ведение работ в облачных пространствах, что позволит сдать работу другому дизайнеру при возникновении сложностей с оборудованием

5 БЛОКИРОВКА ЛЕНДИНГА

Наличие суб-домена для быстрого перехода на другую платформу в случае отсутствия доступа к сайту

6 ВЫХОД ИЗ СТРОЯ ТЕХНИКИ

Наличие на площадке специалистов, способных устранить поломки + запасное оборудование

7 ЗАПРЕТ НА ПОСТИНГ

Перевести аудиторию на платформу ВК / Телеграмм для ознакомления с материалами

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

САМАРА ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ РЕГИОНОВ НАШЕЙ СТРАНЫ. ПРОДЕЛАННАЯ РАБОТА ПОКАЗЫВАЕТ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИДЕЙ И КОНЦЕПЦИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА УЛУЧШЕНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ, ПОПУЛЯРНОСТИ И БЛАГОПОЛУЧИЯ ГОРОДА

ИСТОЧНИКИ

1. Министерство экономического развития и инвестиций Самарской области // 10.11.21 // Официальный онлайн-портал: economy.samregion.ru/

2. Система управления государством // 21.10.21 // Онлайн-источник: strategy24.ru/63/news/dmitriy-bogdanov-predstavil-itogi-i-prognozy-razvitiya-samarskoy-oblasti

3. Бачило С.В., Есинова И.В., Мишина Л.А. Директ-маркетинг. Учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2017. 212 с.

4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области // 10.09.22 // Официальный онлайн-портал: samarastat.gks.ru/population

5. Официальный новостной источник города Самара 63.ru // 15.10.21 // Онлайн-источник: 63.ru/

6. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учебное пособие // М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. — 2-е изд. — М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 144 с.

7. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата // С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. 231 с.

8. Ассоциация коммуникационных агентств “АКАР”. 17.04.21. akarussia.ru/knowledge/market_size/id10015

9. Харламов В.В. Территориальный бренд и логотип города Самара // 17.10.12 // LiveJournal: ru-identity.livejournal.com/631862.html

10. Бердников И.П., Стрижова А.Ф. PR – коммуникации. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017.