РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА ПО ПРОДВИЖЕНИЮ БРЕНДА ЯРОСЛАВЛЯ

Антонова Валерия,
РИССО 4-3

Руководитель проекта
Васильева О.А., ст. преподаватель

Аналитика

Ярославль – столица Золотого кольца, протянувшаяся по обоим берегам Волги в месте ее слияния с рекой Которосль. Центр города является достоянием Всемирного наследия ЮНЕСКО. Ярославль - родина первой в мире женщины-космонавта В.В. Терешковой и хоккейного клуба "Локомотив".

282

километра от Москвы

1010

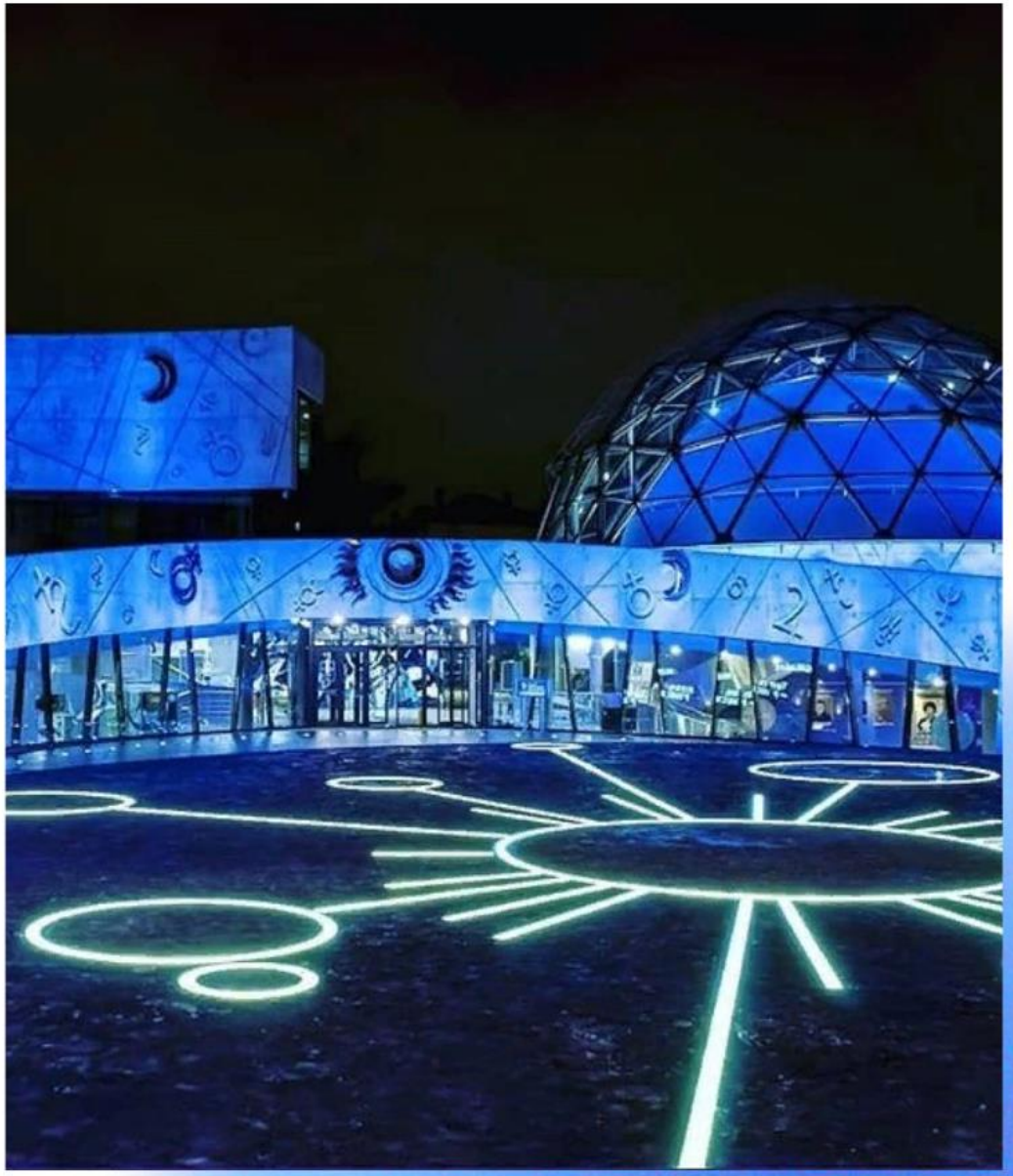
год основания

620,6

тысяч человек составляет население

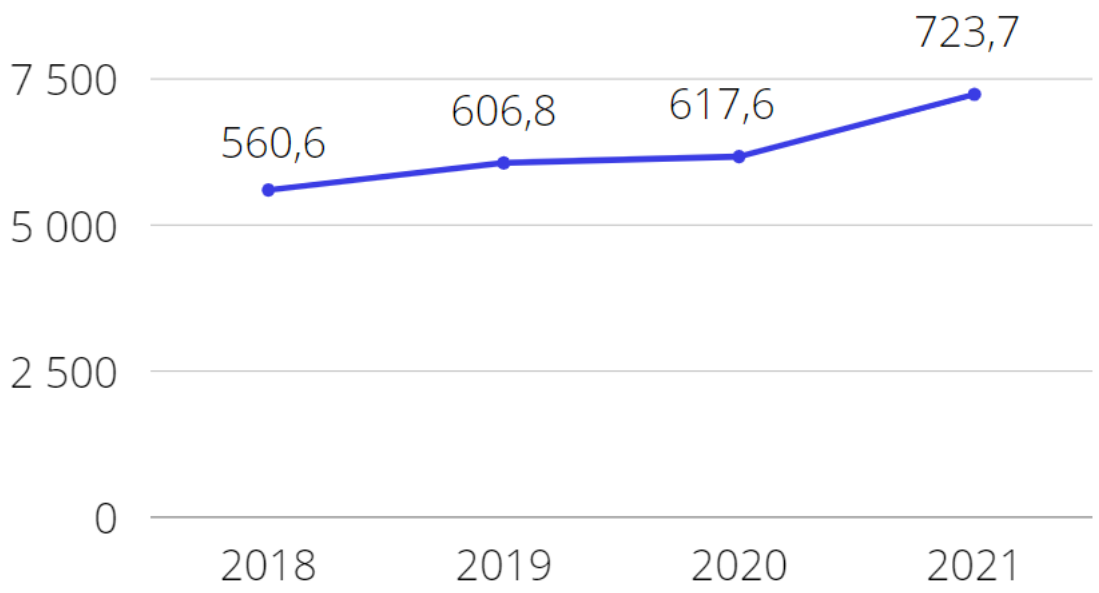
300

организаций федерального значения



Валовой региональный продукт

Объем валового регионального продукта Ярославля, млрд. рублей



Отраслевая структура ВРП, 2021 г.

Большая доля ВРП приходится на отрасли: обрабатывающие производства и торговля, а также транспортировка и хранение, т. к. Ярославль является важным звеном в водной транспортной сети и индустриальным центом.

Источник: Инвестиционный портал регионов России

Проблемы

1	Отток местных жителей - население сократилось на 1,3% по сравнению с 2020 годом
2	Увеличение уровня безработицы (7,3%) на 1,9% по сравнению с 2020 годом
3	Падение уровня инвестиций в основной капитал на 16% по сравнению с 2021 годом

Данные проблемы свидетельствуют о необходимости повышения уровня общей привлекательности города, как для местных жителей, так и для туристов и инвесторов

Создание сильного туристического бренда позволит увеличить капитал города за счет развития новой статьи доходов, тем самым повышая уровень жизни Ярославля и улучшая его инфраструктуру

Аудит бренда города

Традиционная символика Ярославля выражена в трех основных элементах: гербе, флаге и талисмане. За весь период существования города данные символы неоднократно подвергались изменениям, однако главным героем практически всегда оставался любимый ярославцами медведь

Обилие вариантов брендинга не позволяет Ярославлю прийти к единой визуальной концепции, которая запомнится местным жителям и гостям города.

ЯРОСЛАВИЯ
Среднерусская гардарика

Ярославль

Коммуникационные активности

В Ярославле практически отсутствует единая концепция и стратегия продвижения туристического бренда. Данный аспект затормаживает процесс формирования устойчивого образа города у его гостей и местных жителей, что в свою очередь снижает интерес к посещению столицы Золотого кольца. Основные мероприятия города не привлекают молодых людей и не продвигаются для туристов.

Главная масленица страны

28 февраля - 6 марта
Весенний праздник в Ярославле имеет статус «Главной Масленицы страны» и начинается на один день раньше, чем везде.
Начнется Масленица в Ярославле 27 февраля традиционным праздничным шествием гвардейцев

День города

1010 1012 ЯРОСЛАВЛЬ 2022

27 мая
Все основные мероприятия в течение дня проходят на Волжской и Которосльной набережных, в парке на Даманском острове, на стадионе Спартаковец и на Стрелке.

Джаз над Волгой

ДЖАЗ над Волгой

Старейший фестиваль джазовой музыки в России, проходящий раз в два года в городе Ярославль.

Авторская концепция

"Ярославль - место встречи"

Ярославль - место, где ты неизбежно встречаешься с чем-то новым для себя: Ярославль – место встречи Ярослава Мудрого с медведем, человека с космосом, рек Волга и Которосль, любителей спорта и хоккея, музыкантов и джаза.

В основу разработки лег главный символ Ярославля – медведь, точнее, медвежонок, который встречает гостей города. Также данный персонаж может стать маскотом – присутствовать в айдентике мероприятий и инфраструктуре Ярославля. Медведь располагается во втором не менее важном отличительном знаке – изразце. Узоры, изображенные на расписных плитках, могут стать важным отличительным элементов айдентики города

ЯРОСЛАВЛЬ

Портрет ЦА

Основные сегменты:

- жители Ярославля и Ярославской области, 16–25 лет, студенты со средним доходом, считают, что «Ярославль не хуже популярных мегаполисов»
- жители Москвы, 18–25 лет, студенты со средним и более высоким уровнем доходов, хотят провести выходные в новом месте недалеко от Москвы
- жители Подмосковья, 16–25 лет, студенты или работники небольших организаций со средним доходом, хотят «выбраться» из своего города и съездить дальше Москвы на каникулах/выходных на несколько дней

Дмитрий, 20 лет, Москва

Род занятий: студент, подрабатывет дизайнером на фрилансе

Доход: средний

Увлечения: спорт, путешествия

Образ жизни: динамичный

Привычки:

Любит проводить выходные в компании друзей, посещать различные культурные мероприятия, фестивали и т.д.

Регулярно занимается спортом, в детстве занимался хоккем и до сих пор следит за спортивными матчами

Иногда путешествовует, но с ограниченным бюджетом: уже посетил Санкт-Петербург, Калининград, Нижний-Новгород и Казань

Цели:

- посетить новые города
- проводить больше времени с друзьями
- чаще выбираться на культурные мероприятия

Возражения:

Считает, что развлечения для молодых людей есть только в крупных и "известных" городах, в остальных же совсем нечего делать

Инсайт

"Хочу найти место, в котором уделяют внимание молодежи и ее интересам. Место, в которое можно будет поехать на выходных с друзьями и интересно провести время."

Бриф на разработку рекламного проекта

Привлечение 3 новых сегментов ЦА и укрепление бренда Ярославля у туристов и местных жителей

Ярославль и Ярославская облась

3 000 000 рублей
рекомендуемый бюджет:
5 904 250 рублей

3 месяца (01.12.2022-01.03.2023)
рекомендуемые сроки: 137 дней (01.11.2022-17.03.2023)

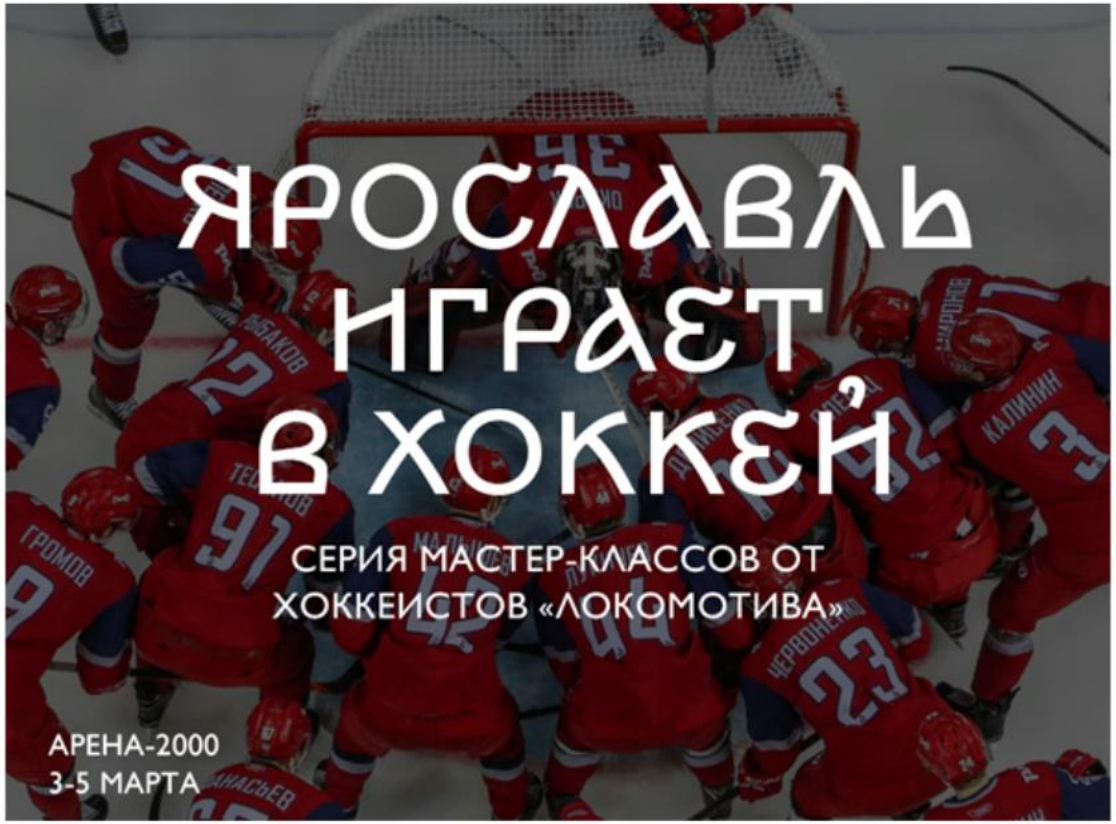
СМИ: Sostav, vc.ru, 76.ru
Социальные сети: Telegram, VK, Instagram
Лэндинг проекта

Структурная модель проекта

Креативные разработки

·Фестиваль, посвященный космонавтике и исследованию космоса, на площадке планетария В. В. Терешковой

Серия мастер-классов от хоккеистов «Локомотива»



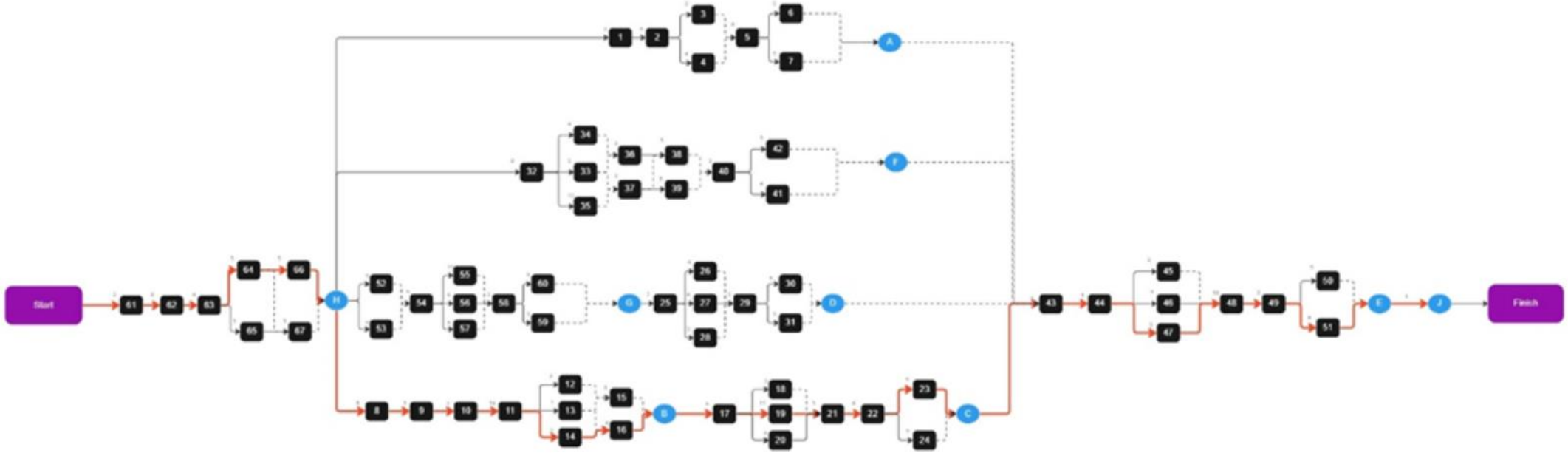
Временные ресурсы

Согласно брифу, на реализацию проекта закладывается **90** дней

При расчете оптимального времени и учете всех работ сумма дней, необходимых для реализации, составила **365** дней

После оптимизации сетевой модели проекта и составления критического пути количество дней удалось сократить до **137**

Данный результат превышает сроки, обозначенные в брифе, однако является обоснованным и необходимым, так как в сроки закладываются все возможные риски и время на их урегулирование, также учитывается время, необходимое для качественного выполнения работ



Финансовые ресурсы

2 520 000 рублей

размещение рекламных материалов

1 425 000 рублей

стоимость человеческих ресурсов

1 280 000 рублей

прочие расходы

---

5 904 250 рублей

итоговая стоимость проекта с учетом рисков

Риски проекта

Отказ в принятии заявки на видеоролик, изменение сроков	Поиск альтернативных шоу на ТВ-каналах, персональный разговор с менеджером/продюсером шоу, размещение видеоролика на других платформах (YouTube, RuTube и т. д.)
Отсутствие свободных дат, изменение стоимости аренды помещений	Поиск альтернативных мест проведения мероприятий, формирование бюджета с учетом возможного изменения стоимости аренды помещения
Нарушение сроков, некачественное исполнение со стороны подрядчиков	Контроль качества исполнения работ, требование полной отчетности со стороны подрядчиков, составление договора с учетом возможных рисков
Технический сбой, срыв мероприятия	Контроль качества исполнения работ, наличие специалистов на площадке и необходимого оборудования, работа с обратной связью

Заключение

Данный рекламный проект позволит увеличить уровень туристических потоков Ярославля среди молодых людей.

Территориальный брендинг является неотъемлемой частью повышения привлекательности города как для туристов, так и для местных жителей и инвесторов. Формирование устойчивой базы доходов в отрасли туризма позволит в дальнейшем развивать бренд Ярославля и инфраструктуру города.

Также это дает возможность постепенного наращивания ресурсов для увеличения позиций города в региональных и федеральных рейтингах, что способствует увеличению государственного финансирования в развитие столицы Золотого кольца.

Список источников

1. «Брендинг территории. Как повысить узнаваемость и привлекательность бренда, сделав из него бренд // Режим доступа: https://plenum.ru/blog/brending-territorii/
2. «Город Ярославль? Климат, экология, районы, криминал и достопримечательности» // Режим доступа: https://nesiditsa.ru/city/yaroslavl
3. «Население, трудовые ресурсы, занятость Ярославля» // Режим доступа: https://city-yaroslavl.ru/business/investments/obshchaya-informatsiya-o-gorode/naselenie-trudovye-resursy-zanyatost/
4. «Экономика Ярославля и Ярославской области» // Режим доступа: https://sdelanounas.ru/blogs/7211/
5. «Как будем жить через 10 лет: у Ярославля появятся несколько центров, а приоритетным транспортом станет трамвай» // Режим доступа: https://76.ru/text/gorod/2020/09/28/69481175/
6. «Власти представили новый туристический бренд Ярославской области» // Режим доступа:https://www.yar.kp.ru/daily/26793.7/3827260/