

**~~КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ~~**

**О ТОМ, КАКАЯ ПОЛЬЗА[[1]](#footnote-1)**

**от размещения рекламно-информационных материалов**

**в таком печатном издании как:**

**Содержание**

1. Вводная
2. Польза для пользователей справочника
3. Целевая аудитория
4. Распространение
5. Достигаемый эффект
6. Дополнительная информация
7. О другой пользе

**1. ВВОДНАЯ**

Суть проекта – выпуск справочного печатного издания, призванного осветить весь автомобильный рынок города Магадана.

Основные особенности:

* полнота данных (справка обо всех организациях, оказывающих автомобильные услуги или реализующие товары для автомобилистов),
* удобство поиска расположения организаций на карте города, расположенной.

Основная целевая аудитория – автомобилисты города.

Тираж – не менее 2 500 экз.

Способы распространения:

* книжные и канцелярские магазины,
* специализированные автомобильные организации.

Достигаемый рекламный эффект:

* за счет размещения рекламных макетов,
* через выделение в рубрике,
* за счет рекламных вставок,
* через размещение на карте.

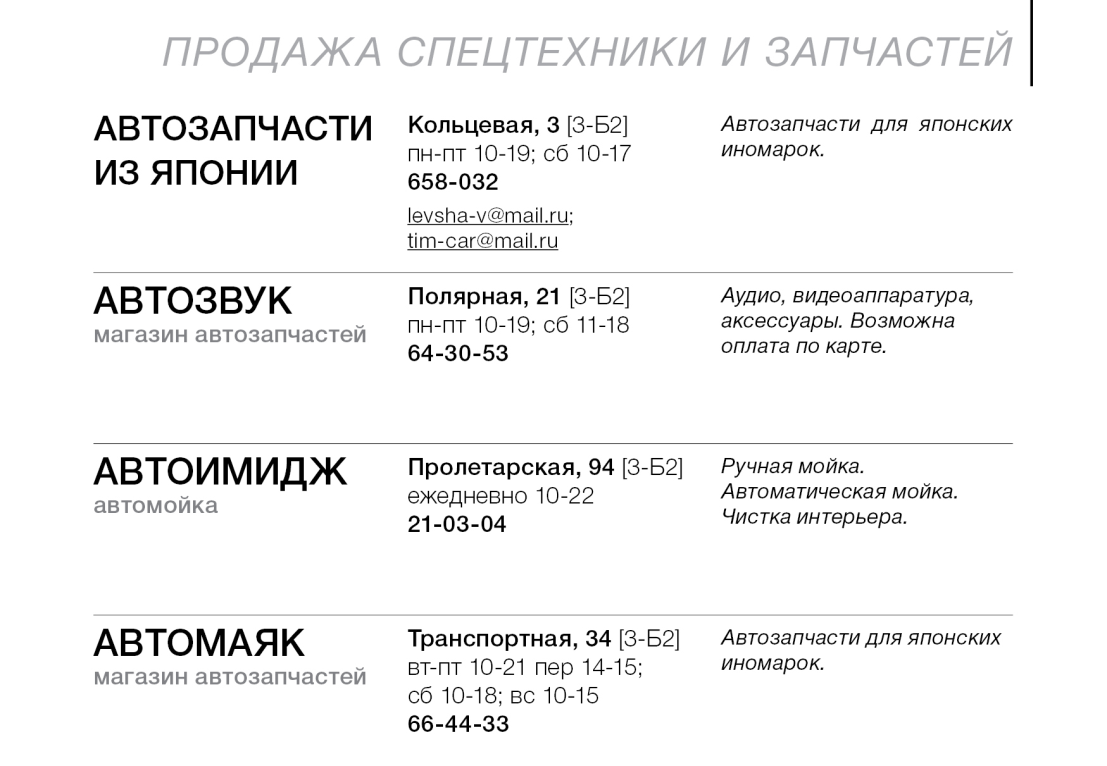


**2. ПОЛЬЗА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СПРАВОЧНИКА**

1. Актуальность и полнота справочных данных об автомобильных организациях.

По каждой организации будет следующая информация:

* название, адрес, тел. (это само собой),
* режим работы, сайт, e-mail (согласитесь, неплохая добавка)),
* уточняющая информация (например, если автозапчасти, то на какой тип машин и т.п.),
* привязка расположения фирмы к карте (еще и карта прилагается).



2. Свободное ориентирование на местности благодаря карте (с обозначенными улицами и номерами домов), где есть (и это круто!) привязки адресов организаций к схеме города[[2]](#footnote-2).

3. Свободный доступ к данным справочника независимо от местоположения и времени.

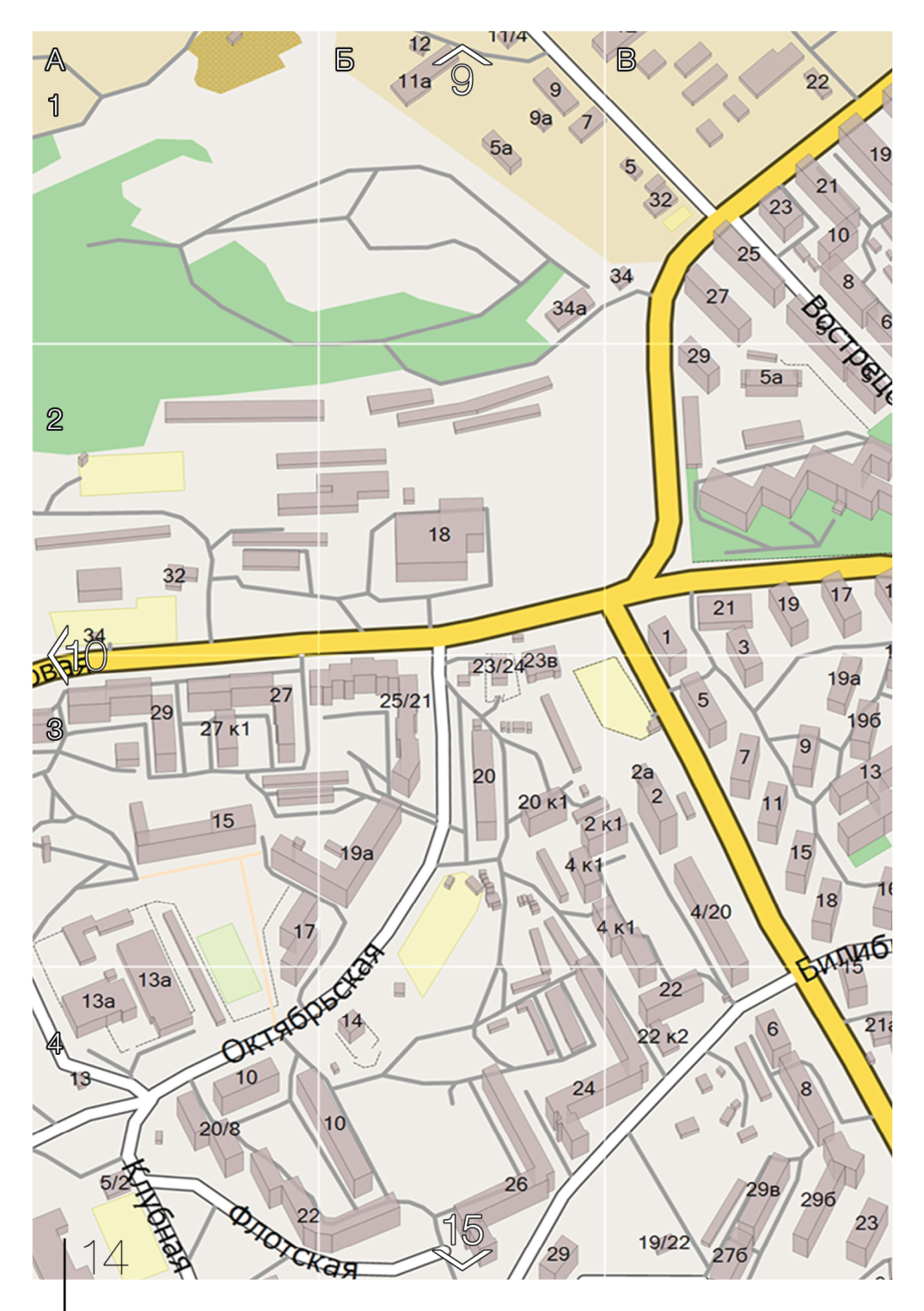
4. Качественная верстка, которая позволяет легко ориентироваться на страницах справочника: рубрикация[[3]](#footnote-3), предметный указатель, в том числе, по ключевым словам, удобный переход между справочником и картой (схемой)

****

**\*** Информация представлена для демонстрации и по некоторым организациям может отличаться от реальной



**ПРИМЕР АДРЕСНОЙ СХЕМЫ ГОРОДА (КАРТЫ)**



**3. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ**

**Автовладельцы.** Очевидно, что справочник предназначен для автовладельцев города Магадана и Магаданской области.

Характеристики:

1. Повышенная платежеспособность. В категорию автовладельцев попадает вся зажиточная часть населения. Плюс к этому средний чек этой категории жителей города выше.

2. Мобильность. Возможность приобрести товары вне зависимости от расположения организации. Карта в этом сильно помогает.

3. Повышенный спрос на товары и услуги, связанные с обслуживанием автомобиля.

**Компании, оказывающие услуги на авторынке.** Помимо автовладельцев справочник будет также актуален для самих компаний в секторе авто.

**4.** **РАСПРОСТРАНЕНИЕ**

Способы распространения:

* печатная сеть «Пресса»,
* книжные и канцелярские магазины,
* специализированные автомобильные магазины и организации.

Продвижение:

* Дополнительные указатели на покупку справочника в точках продажи (афишы, подставки под мелочь)
* Продвижение по телевидению и радио
* Продвижение на городских сетевых ресурсах (Magspace, Автофорум, …)
* Рекомендации самих автовладельцев
* Отличный подарок для автолюбителей!
* Таксисты
* Предпродажи. Кстати, закажите себе необходимое количество экземпляров по цене производства – без накруток распространителей.

Тираж:

Всем ясно, что чем больше тираж, тем лучше. И всем ясно, что изготовление справочника стоит денег. Мы рассматриваем 2 варианта тиража: на 2500 и на 5000 экземпляров[[4]](#footnote-4). Конечно, мы хотим выпустить большой тираж. В этом случае все получат больше: пользователи – больше тираж и, как следствие, большую доступность справочника в продаже, мы – больше прибыли, а рекламодатели – больше рекламного эффекта.

**5. ДОСТИГАЕМЫЙ ЭФФЕКТ**

Каждый руководитель хочет быть уверен, что реклама и позиционирование его организации даст должный эффект.

Каким образом достигается рекламный эффект в печатном издании?

1. ***За счет размещения рекламных макетов***. Это классика. Кто выделяется, того замечают. А те, кто на виду, всегда имеют свой «кусок пирога». Успех такого выделения напрямую зависит от качества *рекламно-информационного макета и выбранной позиции*.
2. ***Через выделение в рубрике.*** Тут в действие вступает контекстная реклама. Она не только мягко выделяет организацию, но и дает потенциальному клиенту дополнительный посыл к действию.
3. ***За счет рекламных вставок.*** Мыдополняем информацию об организации, воздействуя на потенциального покупателя с эмоциональной стороны. С помощью рекламных вставок мы передаем дополнительное сообщение потенциальным покупателям. Тут, главное – качественно *составить текст*.
4. ***Через размещение на карте.*** Такое выделение оптимально подходит для организаций, расположенных в отдаленных местах. Либо в местах, до которых сложно объяснить, как добраться. Тут все просто – достаточно *логотипа и названия организации*.

**ДОСТУПНЫЕ ПОЗИЦИИ**

**И ДОСТИГАЕМЫЙ ЭФФЕКТ**

|  |  |
| --- | --- |
| Позиция | Достигаемый эффект |
| Последняя страница (задняя лицевая сторона) | Уникальная позиция, реклама работает еще до приобретения справочника, чаще всего попадается на глаза, глянец, цвет |
| Глянцевый блок в начале справочника (2-3 стр.) | Первые страницы печатного издания просматриваются на 30% чаще других, глянец, цвет |
| Глянцевая зона слева от содержания | Содержание (рубрикатор) – первый элемент, куда пользователь обращается, когда хочет быстро перейти к интересующему разделу справочника. Рекламная позиция подчеркнет значимость и лидерские позиции организации. |
| Глянцевая зона сразу за содержанием | Повышенное внимание к странице за счет контраста с первой ч/б страницей основного содержимого, глянец, цвет. |
| Глянцевый блок справочника между справочным содержимым и картой | Для поиска местоположения организаций пользователи часто будут переходить от справочных данных к карте. Как следствие, эти рекламные позиции будут просматриваться достаточно часто. |
| Глянцевый блок в конце справочника | Страница находится рядом с полезным содержимым, размещенным в конце (предметный указатель), либо попадает на последний разворот, замыкающий печатное издание |
| Выделение организации в списке в рубрике и предметном указателе (только Авто) | Придает существенный вес и внимание организации в рубрике / предметном указателе, выделяя ее среди конкурентов, справочный блок может служить визуальным ориентиром на странице (при частом просмотре справочника) |
| Контекстная ч/б вставка в рубрике | Воспринимается как дополнительное полезное содержимое в нужном контексте, помогающее пользователю найти необходимое решение. |
| Отметка организации на карте (лого + название). | Помогает быстро найти, где находится организация, может стать ориентиром на местности, ассоциировать здание с определенной организацией (если там их несколько) |
| Блок на заглавной странице карты (1/12 пол.) | Уникальная позиция. На этой странице отображен весь город Магадан. Под ним – информация о вашей организации. Кроме того, к этой странице карты будут обращаться чаще других как к содержанию. |
| Баннер внизу на каждой второй странице с картой (кроме заглавной) | Страницы с картой будут регулярно востребованы как для поиска месторасположения опубликованных организаций, так и для других целей, связанных с навигацией по городу. |

**ГАРАНТИЯ**

Организации, оплатившие полную стоимость заранее (от 15 т.р.) получают бесплатное позиционирование в ГИС Метасити до момента поступления справочника на продажу. Это гарантия нашего партнера. Потому что мы:

* заинтересованы в качественном оказании услуг,
* построении долгосрочных партнерских отношений с нашими клиентами,
* сохранении и развитии положительного имиджа каждой организации из группы компаний «Майами»

**ФИШКИ**

Как у любого качественного продукта, у справочника автомобилиста тоже есть свои особенности, выгодно отличающие его от аналогов:

**Расширенная информация по каждой организации**. Только проверенный контент.

**Полная схема города** (с обозначенными улицами и номерами домов), где есть (и это круто!) привязки адресов организаций к схеме города.

**Максимально удобная навигация**: качественная рубрикация, предметный указатель, в том числе, по ключевым словам, удобный переход между справочником и картой (схемой).

**Увеличенное время использования**. Всем известно, что справочник берут не на один день. И даже если его открывают раз в месяц, то пользуются года 2-3, не меньше[[5]](#footnote-5) (если, конечно, справочник хороший). Не стоит также забывать о том, что справочник входит на рынок постепенно (потому что платный). И в этом тоже есть своя польза – достижение рекламного эффекта происходит постепенно (чем-то похоже на долгосрочную инвестицию).

**ПРИМЕР ПРЕДМЕТНОГО УКАЗАТЕЛЯ**



**6. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

Период формирования справочника: по 25 марта 2014 г.

Способы распространения: печатная сеть «Пресса», книжные и канцелярские магазины, специализированные автомобильные магазины и организации.

**7. О ДРУГОЙ ПОЛЬЗЕ**

Учитывая, что наша группа компаний специализируется на оказании услуг комплексного позиционирования, вы также можете обеспечить комплексное позиционирование организации за счет широкого спектра предоставляемых услуг:

* размещение в прочих печатных изданиях (карманный справочник «Мини Гид»,
* изготовление брендированной сувенирной продукции,
* реклама в ГИС «Метасити»,
* изготовление сайтов,
* реклама в локальной сети и сети Интернет,
* полиграфия.

**С уважением,**

**группа компаний «Майами»[[6]](#footnote-6)**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Конт. тел.: 213-512,**

**213-412,**

**213-212,**

**213-112.**

1. Для тех, кто на рынке всерьез и надолго. [↑](#footnote-ref-1)
2. См. след. стр. [↑](#footnote-ref-2)
3. См. выше. [↑](#footnote-ref-3)
4. Стоимость размещения рекламы не зависит от тиража. Тираж зависит от количества рекламодателей. [↑](#footnote-ref-4)
5. Есть еще одна интересная особенность – вещь, за которую человек заплатил, он вряд ли выкинет или отдаст кому-то. [↑](#footnote-ref-5)
6. **Коротко о нас:** группа компаний «Майами» представляет собой информационно-рекламное агентство нестандартного позиционирования и состоит из таких организаций как: сувенирная сеть «Fraim» ([www.vk.com/fraim\_su](http://www.vk.com/fraim_su)), ГИС «Метасити» ([www.метасити.рф](http://www.метасити.рф)), арт-студия «Сальвадор».

   Мы постоянно развиваем новые направления в области эффективного позиционирования организаций с использованием уникальных контент-продуктов. Короче, работаем для вас. Ну и про себя не забываем. [↑](#footnote-ref-6)