

Интернет-конкурс «Цифровое неравенство. Интернет для бедных и богатых»
<http://projects.edu.yar.ru/digit-12/>
Творческая номинация «Цифровое неравенство»
Возрастная категория «Обучающиеся 9-11 классов, НПО, СПО»

Антонович Татьяна
с. Елыкаево
Кемеровская область

«Медиаплан»

Назначение онлайн-игры «Изучи Интернет – Управляй Им»: Повысить знания пользователей интернет ресурсами, для того чтобы у них сложились более ясные представления о глобальной компьютерной сети.

Цели рекламной кампании: Повысить интерес пользователей к онлайн-игре «Изучи Интернет – Управляй Им».

Задачи:

- повысить знания об онлайн-игре «Изучи Интернет – Управляй Им»;
- заинтересовать пользователей глобальной сети новой и полезной онлайн-игрой;
- повысить рейтинг онлайн-игры.

Целевые аудитории: школьники, родители, педагоги, люди разных возрастов и профессий.

Младшие школьники предпочитают смотреть Дисней и 2*2, для них можно прокрутить ролик этой игры по этим каналам;

Школьники 5-8 классов предпочитают смотреть каналы, что и младшие школьники и помимо этого пользуются социальными сетями, например «в контакте», для них можно также прокрутить ролик и в социальных сетях пригласить в группу этой игры, таким образом, они узнают об онлайн-игре;

Старшие школьники пользуются социальными сетями такими как «в контакте» и «одноклассники» и их также можно заинтересовать через группу, также в школы можно на электронную почту отправить письма об этой онлайн-игре, где учителя проинформируют школьников;

Родители пользуются социальными сетями, например «одноклассники» и их также можно заинтересовать через группу;

Педагоги пользуются социальными сетями, например «одноклассники», проводят много времени в школе, их можно заинтересовать через группу, также в школы можно на электронную почту отправить письма об этой онлайн-игре, где учителя узнают о ней.

Ключевая идея рекламной кампании: Организовать группы в социальных сетях, где будет интересный видео ролик об этой онлайн-игре, и содержаться вся информация о ней, а также комментарии пользователей, содержащие подобные мысли: «Мне игра очень понравилась, попробуйте не пожалеете», а также разосланы письма на электронную почту школам, где будет говориться об онлайн-игре, и будут выделены слова о том, что можно получить сертификат об участии.

Оригинальный рекламный слоган:

Играть, а после управлять, нигде не видано такое
А может взять да и начать, ведь это лучше чем другое.

Интернет-конкурс «Цифровое неравенство. Интернет для бедных и богатых»
<http://projects.edu.yar.ru/digit-12/>
Творческая номинация «Цифровое неравенство»
Возрастная категория «Обучающиеся 9-11 классов, НПО, СПО»

Стратегия:

Создаём группу в каждой сети и предлагаем всем вступить в неё, они прочитают о игре там будет ссылка для перехода к ней. Для получения дополнительных 300 очков игрокам будет необходимо пригласить 50 своих друзей в группу. В группе станет состоять гораздо больше людей и в игру играть станет больше людей.

В школы направляются электронные письма, где классные руководители зачитывают информацию о онлайн-игре ученикам, записывают ссылку на доске, ребята списывают ссылку, и дома они заходят по ссылке и принимают участие в этой игре.

Носители рекламы: Социальные сети (в контакте, одноклассники, e-mail), электронные письма в школы, реклама на канале Дисней.

Оценка эффективности медиаплана: По моему мнению, рейтинг онлайн-игры «Изучи Интернет-Управляй Им» должен увеличиться на 2/3, потому что люди станут проинформированы об этой игре, к тому же многие ученики хотят пополнить личное дело грамотами и они станут играть в эту игру, чтобы получить сертификат.