

Дорожко Никита
г. Зеленокумск
Ставропольский край

Медиаплан

Цели и задачи: привлечение внимания школьников, родителей, педагогов, людей разных возрастов и профессий к онлайн-игре «Изучи Интернет – Управляй Им»,

Целевая группа: активное население, которое хоть один раз в неделю выходит в интернет.

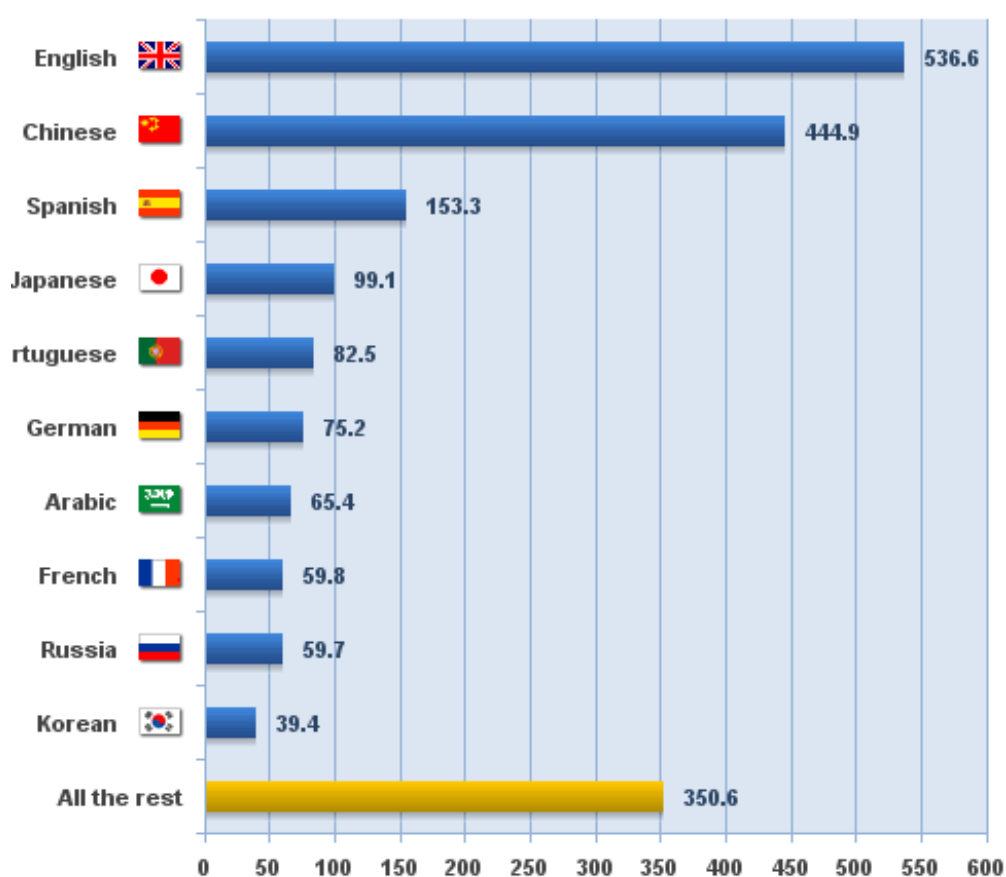


Рис. 1. Пользователей сети интернет на декабрь 2011г. млн. чел.

В России, как видно из рисунка 59,7 млн., пользователей сети интернет, эта и будет наша целевая аудитория. Как известно Россия состоит из множества субъектов, в которых вещает свои радио и теле каналы, газеты, региональные средства массовой информации мы затрагивать не будем, так как задача стоит перед нами глобальнее, привлечение внимания к онлайн игре «Изучи Интернет – Управляй Им, как можно больше пользователей. Основной ударной силой нашей рекламной компании будет интернет и радио, так как остальные рекламные средства использовать не целесообразно.

Главный слоган будет: Познай интернет – ИГРАЯ!!!

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»

«Изучи Интернет – Управляй Им» онлайн игра с увлекательными вопросами, которая затянет Вас в мир превосходной графики и интересных вопросов, благодаря которым Вы узнаете о глобальной паутине много интересного.

Ожидание от рекламной акции увеличение количества участников игры, на 20% от целевой аудитории, то есть 12 млн.

Первое найдем компанию, которая будет формировать ядро запросов в поисковых сетях, то есть при выходе в интернет и наборе слова игра или онлайн игра, на первой страничке будет выходить наша любимая онлайн игра «Изучи Интернет – Управляй Им», акцент делаем на Гугл и Яндекс.

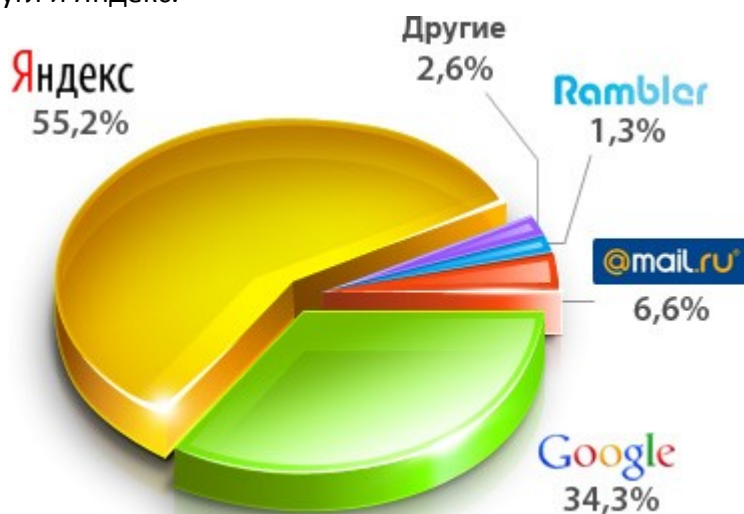


Рис.2 Популярность поисковых систем.

Таблица 1

Средняя стоимость данной услуги

Продвижение сайта в поисковой системе Яндекс	8200 руб./мес.
Продвижение сайта в поисковой системе Google	3500 руб./мес.

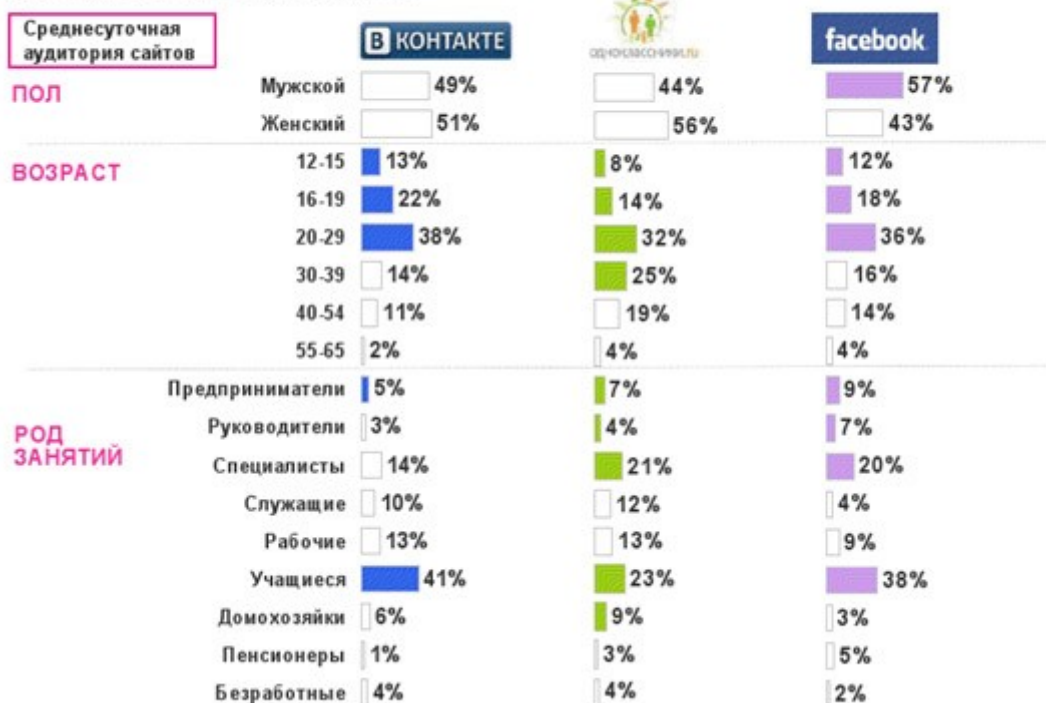
Второе размещение баннера игры на главных страницах, одноклассников, вконтакте и фейсбуке.

Рассмотрим целевую аудиторию социальных сетей:

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»

Демографический профиль пользователей сайтов

База: население 12-65 лет, жители городов 50000+



Типичный пользователь «Одноклассников» и «ВКонтакте» — это женщины в возрасте от 20 до 29 лет.

Facebook предпочитают пользоваться мужчины этой же возрастной категории.

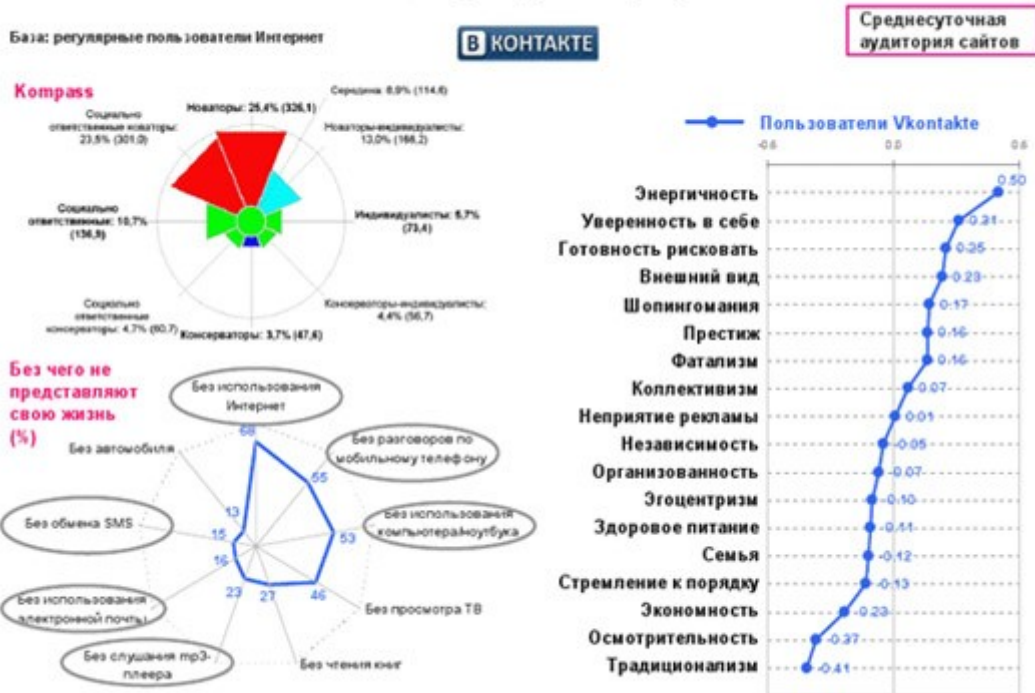
Потребительский профиль пользователей сайтов

База: население 16-65 лет, жители городов 50000+



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»

Пользователи Vkontakte: социокультурный профиль



Среди тех, кто регулярно использует Интернет, пользователи ВКонтакте характеризуют себя как социально активные новаторы, готовые к риску, не представляющие себе жизни без Интернета и мобильных телефонов и при этом не скрывающие, что они — слегка «шопоголики», придающие значение своему имиджу.

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»

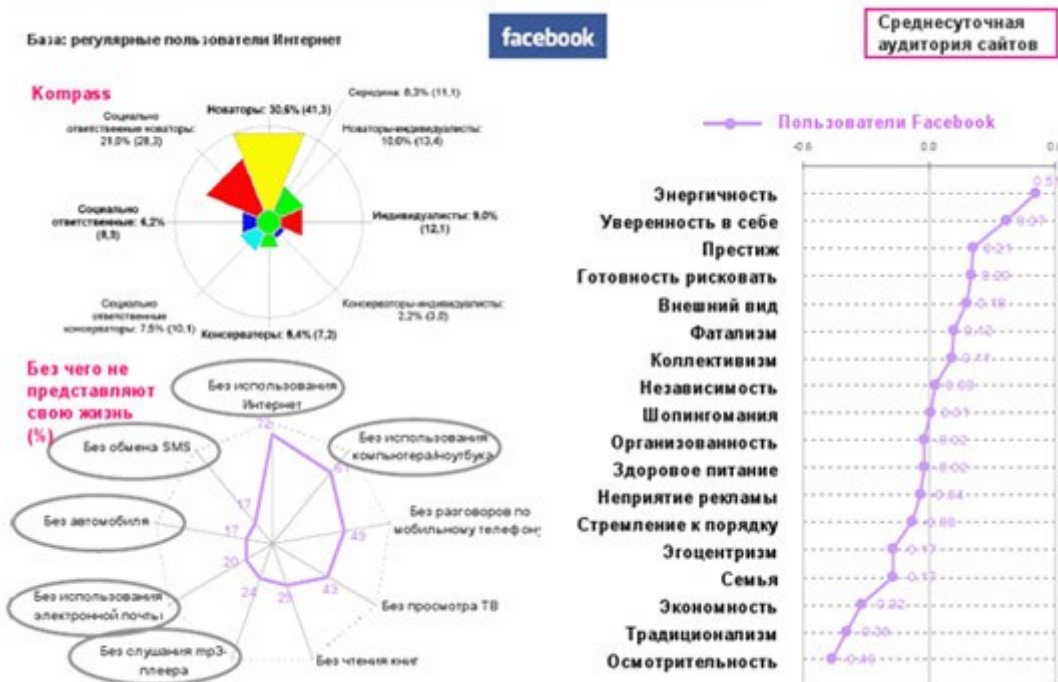
Пользователи Odnoklassniki: социокультурный профиль



А вот пользователи социальной сети «Одноклассники» ставят в коммуникациях на первое место не только Интернет, но и мобильный телефон, а также просмотр ТВ. Энергичность, уверенность в себе и внешний вид — те критерии, которые для них в первую очередь важны в самооценке.

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»

Пользователи Facebook: социокультурный профиль



Что касается пользователей Facebook, то они представляют собой объединение основных характеристик пользователей двух предыдущих социальных сетей. Забота об успехе, имидже и современных коммуникациях тут также присутствует.

Цели использования Интернет

База: регулярные пользователи Интернет

Среднесуточная аудитория сайтов



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»

Несмотря на то, что основной целью социальных сетей и Интернета изначально было удаленное общение и обмен информацией, современная аудитория использует онлайн-технологии в основном для поиска музыки, видео, а также информационных материалов для работы и учебы.

Руководство сервисов охотно идет на предоставление рекламных площадок. Цены на размещение рекламы более чем демократичные. Условия размещения достаточно привлекательные. Сделаем размещение несколькими способами:

Первый заключается в том, что мы заключаем договор с администрацией ресурса на предоставление вам рекламных площадей и размещаете стандартные баннеры в интересующих вас местах. Баннеры обычно размещаются стандартного размера.

Для примера открытого вида рекламы игры рассмотрим размещение стандартного баннера в социальной сети "в контакте". Официальный прайс этого сервиса предлагает размещение рекламы практически на всех страницах сервиса по достаточно низкой цене: 38 рублей за 1000 показов. Минимальный заказ составляет 5 миллионов показов. Индекс CTR на этом сервисе указан в 0,7%. При этом стоит отметить то обстоятельство, что конвертация трафика с социальных сетей в реальных клиентов достаточно низкая и находится на уровне в 1,5%. Это объясняется тем, что аудитория, на которую оказывается воздействие ваших рекламных материалов, размещенных на страницах социальной сети, не является целевой. Более того, это достаточно разношерстная аудитория, две третьих которой составляют лица подросткового возраста.

Плюсом к этому можно добавить, что администрация социальных сервисов предоставляют рекламодателям и различные дополнительные услуги, такие, как геотаргетинг по регионам, городам, полу и возрасту. Таким образом, вы можете управлять своей рекламной кампанией и по этим параметрам, делая воздействие рекламных материалов более целевым и эффективным.

Цены на размещения рекламы и условия обслуживания во всех социальных сервисах примерно одинаковы и ориентиром для вас может служить пример с социальной сетью "в контакте".

Скрытая реклама игры. Этот способ не официального размещения рекламы, которая не является прямым упоминанием о фирме или продавце.

При этом способе рекламы в социальной сети создается несколько аккаунтов, которые постепенно начинают превращаться под воздействием грамотных маркетологов и специалистов по продвижению в посещаемые страницы социального сервиса. Продвижение аккаунтов пользователей - это основной этап работы по проведению рекламной кампании скрытым способом. Чаще всего таких аккаунтов создается до десяти штук. После их создания начинается массированный поиск друзей, которые составят костяк будущего сообщества. Для успешного проведения рекламных компаний необходимо собирать аудиторию 30-50 тысяч пользователей.

После того, как аккаунты будут иметь достаточное количество друзей в сети, начинается следующий этап работы. На этом этапе создаются сообщества или группы.

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»

Первоначально можно создавать самые различные сообщества, вкладывая максимум усилий для того, чтобы сделать пребывание в сообществе для большинства пользователей комфортным и познавательным.

После того, как сообщество будет полностью сформировано, вы сможете управлять этой группой людей по вашему усмотрению. Так, вы сможете вносить на обсуждение сообщества самые разнообразные проблемы, решением которых будет покупка именно того товара, который вы намерены продвигать. При грамотной работе с аккаунтами и сообществами, вы со временем сможете не только отлично использовать их для проведения собственных рекламных кампаний, но сдавать их в качестве рекламных площадок другим заинтересованным лицам. При помощи такого способа рекламирования в социальных сетях можно достичь отличных результатов.

Третий способ рассылка писем по электронной почте (СПАМ), но он, как правило, раздражает пользователей сети интернет, и мы его использовать не будем.

Четвертый способ съемка видео ролика про игру и массовое выкладывание их на ютуб с разными названиями.

Если грамотно эти идеи воплотить в жизнь, то наша первоначальная цифра 20% заметно возрастёт.