

КОМПЛЕКСНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Старое В Новом!

МОСКВА - ГОРОД, КОТОРЫЙ ПОСТОЯННО РАСТЕТ И ИЗМЕНЯЕТСЯ, ДОБАВЛЯЯ ЧТО-ТО НОВОЕ В СВОЮ ИСТОРИЮ, ЗА КОТОРОЙ СТАНОВИТСЯ ВСЕ СЛОЖНЕЕ УСЛЕДИТЬ. ОДНАКО ИСТОРИЯ “ОБНОВЛЕННЫХ” ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ ПОРОЙ БОЛЕЕ ЗАХВАТЫВАЮЩА, ЧЕМ ИСТОРИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ СУДЕБ.

ИДЕЯ ПОСЕЩЕНИЯ “НОВЫХ-СТАРЫХ” НЕИЗВЕДАННЫХ МЕСТ НАШЕЙ СТОЛИЦЫ ПОКА ВСЕ ЕЩЕ ПРОИГРЫВАЕТ МНОЖЕСТВУ ДРУГИХ ИЗВЕСТНЕЙШИХ И НАИБОЛЕЕ ПОСЕЩАЕМЫХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ МОСКВЫ КАК ДЛЯ ТУРИСТОВ, ТАК И ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ. ОДНАКО В ИСТОРИИ ПОСЛЕДНИХ ДЛЯ МОСКВИЧЕЙ БОЛЬШЕ НЕТ ЗАГАДКИ - ОНА ДАВНО ИЗВЕСТНА, ПУТИ ЭКСКУРСОВОДОВ НЕ МЕНЯЮТСЯ ГОДАМИ, ПЕРЕСТАВАЯ ВЫЗЫВАТЬ ИНТЕРЕС. ИНФОРМАЦИЯ О НИХ КАК НА ЛАДОНИ: ДОМА СОПРОВОЖДАЮТСЯ ТАБЛИЧКАМИ С КРАТКОЙ ИСТОРИЧЕСКОЙ СПРАВКОЙ, ЭКСКУРСИИ МОЖНО УСЛЫШАТЬ, ПРОХОДЯ МИМО, А САМЫЕ ИЗВЕСТНЫЕ ИСТОРИЧЕСКИЕ МЕСТА ДАЖЕ МОГУТ ИМЕТЬ ПОСВЯЩЕННЫЕ ИМ САЙТЫ.

В РЕЗУЛЬТАТЕ ДАЖЕ У НАИБОЛЕЕ АКТИВНОЙ ГРУППЫ НАСЕЛЕНИЯ - МОЛОДЕЖИ - НЕТ СТИМУЛА САМОСТОЯТЕЛЬНО УЗНАВАТЬ ЧТО-ТО НОВОЕ О МЕСТАХ МОСКВЫ, КОГДА ВСЕ ПРЕПОДНОСИТСЯ ИМ “НА БЛЮДЕЧКЕ”. ПОЭТОМУ НОВЫЕ-СТАРЫЕ МЕСТА СО СВОИМИ НЕОЧЕВИДНЫМИ ТАЙНАМИ И СЕКРЕТАМИ, МИМО КОТОРЫХ МЫ ПРОХОДИМ КАЖДЫЙ ДЕНЬ, СПОСОБНЫ ПОДАРИТЬ НОВЫЕ ЯРКИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ И ПО-НАСТОЯЩЕМУ УДИВИТЬ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИСТОРИИ СВОЕГО ГОРОДА.



ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ КАМПАНИИ

СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

PRODUCT	ИНТЕРЕСНЫЕ, НО НЕ ПОСЕЩАЕМЫЕ МОСКВИЧАМИ МЕСТА СТОЛИЦЫ, ИМЕЮЩИЕ ПОЛНУЮ ЗАГАДОК ИСТОРИЮ, О КОТОРОЙ НЕ ДОГАДЫВАЮТСЯ ПРОХОДЯЩИЕ МИМО ЖИТЕЛИ.
BACKGROUND	МОСКВА - САМЫЙ ПОСЕЩАЕМЫЙ ТУРИСТАМИ ГОРОД НАШЕЙ СТРАНЫ. ЛЮДИ ПРИЕЗЖАЮТ СЮДА РАДИ КРАСНОЙ ПЛОЩАДИ, КРЕМЛЯ, ХРАМА ХРИСТА СПАСИТЕЛЯ И МНОГИХ ДРУГИХ ПИГАНТОВ ТУРИЗМА. НО ЕСТЬ ЦЕЛОЕ МНОЖЕСТВО ДРУГИХ НЕ МЕНЕЕ ИНТЕРЕСНЫХ МЕСТ, КОТОРЫЕ ПОКА ХРАНЯТ СВОИ ТАЙНЫ. В МОСКВЕ ЗДАНИЯ МОГУТ ДАЖЕ ПОТЕРЯТЬСЯ, КАК, НАПРИМЕР, СЛУЧИЛОСЬ С ДОМОМ, ПОСТРОЕННЫМ ЗНАМЕНИТЫМ АРХИТЕКТОРОМ КОНСТАНТИНОМ МЕЛЬНИКОВЫМ ДЛЯ КОНТОРЫ НОВОСУХАРЕВСКОГО РЫНКА. ВПЛОТЬ ДО НАЧАЛА 2000 ГОДОВ, СЧИТАЛОСЬ, ЧТО ЕГО СНЕСЛИ, А ПОТОМ ОН БЫЛ НАЙДЕН. В СТОЛИЦЕ СОХРАНИЛОСЬ НЕСКОЛЬКО ДЕРЕВЯННЫХ ПОСТРОЕК, КОТОРЫЕ СПРЯТАНЫ В ГЛУБИНЕ СОВРЕМЕННЫХ КВАРТАЛОВ: ОЛИМПЕЙСКОГО И КОМСОМОЛЬСКОГО ПРОСПЕКТА, САВВИНСКОЙ НАБЕРЕЖНОЙ И ДРУГИХ. У КАЖДОГО ИЗ ЭТИХ ЗДАНИЙ УДИВИТЕЛЬНАЯ ИСТОРИЯ. ЕСТЬ И БОЛЕЕ СОВРЕМЕННЫЕ, НО НЕ МЕНЕЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ПОСТРОЙКИ И МЕСТА, О КОТОРЫХ МАЛО ИЗВЕСТНО ШИРОКОЙ ПУБЛИКЕ И КОТОРЫЕ ЖЕЛАЮТ БЫТЬ НАЙДЕННЫМИ И РАЗГАДАНЫМИ.
OBJECTIVES	МЫ ХОТИМ ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ К ИНТЕРЕСНЫМ МЕСТАМ НАШЕГО ГОРОДА. МЕСТАМ, КОТОРЫЕ БЫЛИ ОПИСАНЫ В ЛИТЕРАТУРНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ, К МЕСТАМ, КОТОРЫЕ ПОСЛУЖИЛИ ИСТОЧНИКОМ ВДОХНОВЕНИЯ ДЛЯ СОЗДАТЕЛЕЙ ФИЛЬМОВ. ХОТИМ, ЧТОБЫ ЛЮДИ, ПОСМОТРЕВ РОЛИКИ, ЗАХОТЕЛИ ОТКРЫТЬ ИХ ДЛЯ СЕБЯ, ПОЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ ВЛАДЕЛЬЦАМИ ТАЙНЫ.
SINGLE MINDED PROPOSITION	НОВЫЕ МЕСТА, МИМО КОТОРЫХ МЫ ПРОХОДИМ КАЖДЫЙ ДЕНЬ, МОГУТ ИМЕТЬ ПОИСТИНЕ ДЛИННУЮ ИСТОРИЮ, ЗНАКОМСТВО С КОТОРОЙ ПРИНЕСЕТ ВАМ МНОЖЕСТВО СЮРПРИЗОВ. ПОПРОБУЙТЕ НАЙТИ СТАРОЕ В НОВОМ!

INSIGHT	УЛИЦЫ ГОРОДА ПОЛНЫ ТАИНСТВЕННЫХ МЕСТ, ХРАНЯЩИХ В СЕБЕ ЗАГАДКИ ПРОШЛОГО. ПОЭТОМУ ИНСАЙТ: РАЗВИТИЕ ИНТЕРЕСА К ИСТОРИИ РОДНОГО ГОРОДА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ НЕИЗВЕСТНЫХ И МАНЯЩИХ СЕКРЕТОВ, КОТОРЫЕ СКРЫВАЮТ В СЕБЕ МОСКОВСКИЕ ДОМА.
SUPPORT	МОСКВА - ГОРОД, КОТОРЫЙ ПОСТОЯННО РАСТЕТ И ИЗМЕНЯЕТСЯ, ДЕНЬ ЗА ДНЕМ ДОБАВЛЯЯ ЧТО-ТО НОВОЕ В СВОЮ ИСТОРИЮ, ЗА КОТОРОЙ СТАНОВИТСЯ ВСЕ СЛОЖНЕЕ УСЛЕДИТЬ. ОДНАКО ИСТОРИЯ “ОБНОВЛЕННЫХ” ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ НАШЕГО ГОРОДА ПОРОЙ БОЛЕЕ ЗАХВАТЫВАЮЩА, ЧЕМ ИСТОРИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ СУДЕБ. ИДЕЯ ПОСЕЩЕНИЯ “НОВЫХ-СТАРЫХ” НЕИЗВЕДАННЫХ МЕСТ НАШЕЙ СТОЛИЦЫ ПОКА ВСЕ ЕЩЕ ПРОИГРЫВАЕТ МНОЖЕСТВУ ДРУГИХ ИЗВЕСТНЕЙШИХ И НАИБОЛЕЕ ПОСЕЩАЕМЫХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ МОСКВЫ КАК ДЛЯ ТУРИСТОВ. ТАК И ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ. ОДНАКО В ИСТОРИИ ПОСЛЕДНИХ ДЛЯ МОСКВИЧЕЙ БОЛЬШЕ НЕТ ЗАГАДКИ - ОНА ДАВНО ИЗВЕСТНА, ПУТИ ЭКСКУРСОВОДОВ ДАВНО ПРОТОРЕНЫ И НЕ МЕНЯЮТСЯ ГОДАМИ, ПЕРЕСТАВАЯ ВЫЗЫВАТЬ ИНТЕРЕС. ИНФОРМАЦИЯ О НИХ КАК НА ЛАДОНИ: ДОМА СОПРОВОЖДАЮТСЯ ТАБЛИЧКАМИ С КРАТКОЙ ИСТОРИЧЕСКОЙ СПРАВКОЙ, ЭКСКУРСИИ МОЖНО УСЛЫШАТЬ, ПРОХОДЯ МИМО, А САМЫЕ ИЗВЕСТНЫЕ ИСТОРИЧЕСКИЕ МЕСТА ДАЖЕ МОГУТ ИМЕТЬ ПОСВЯЩЕННЫЕ ИМ САЙТЫ. В РЕЗУЛЬТАТЕ ДАЖЕ У НАИБОЛЕЕ АКТИВНОЙ ГРУППЫ НАСЕЛЕНИЯ - МОЛОДЕЖИ - НЕТ СТИМУЛА САМОСТОЯТЕЛЬНО УЗНАВАТЬ ЧТО-ТО НОВОЕ О МЕСТАХ МОСКВЫ, КОГДА ВСЕ ПРЕПОДНОСИТСЯ ИМ “НА БЛЮДЕЧКЕ”. ПОЭТОМУ НОВЫЕ-СТАРЫЕ МЕСТА СО СВОИМИ НЕОЧЕВИДНЫМИ ТАЙНАМИ И СЕКРЕТАМИ, МИМО КОТОРЫХ МЫ ПРОХОДИМ КАЖДЫЙ ДЕНЬ, СПОСОБНЫ ПОДАРИТЬ НОВЫЕ ЯРКИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ И ПО-НАСТОЯЩЕМУ УДИВИТЬ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИСТОРИИ СВОЕГО ГОРОДА.
MESSAGE	ЕСЛИ ТЫ ЛЮБИШЬ ТАЙНЫ И ЗАГАДКИ, НО, КАЖЕТСЯ, БУДТО ВОКРУГ ИХ СОВСЕМ НЕТ, СТОИТ ТОЛЬКО ПРИГЛЯДЕТЬСЯ, И МОЖНО НАЙТИ ИХ УЖЕ ЗА СЛЕДУЮЩИМ ПОВОРОТОМ.

ЦЕЛЬ: ПОВЫСИТЬ ИНТЕРЕС К ИСТОРИИ МОСКВЫ

ЗАДАЧИ: СТИМУЛИРОВАНИЕ ИСТОРИЧЕСКОГО
САМООБРАЗОВАНИЯ И ПРИВЛЕЧЕНИЕ ГОРОЖАН
К КУЛЬТУРНОМУ САМОРАЗВИТИЮ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КАМПАНИИ

ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА, НА КОТОРУЮ РАССЧИТАН ПРОЕКТ

1. СЕМЬИ С ДЕТЬМИ 10-13 ЛЕТ,
ВЕДУЩИЕ АКТИВНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ.
2. МОЛОДЫЕ ЛЮДИ, ШКОЛЬНИКИ И
СТУДЕНТЫ ВУЗОВ. ВОЗРАСТ 16-25 ЛЕТ.

СТРАТЕГИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
ЦА

ФОРМУЛИРОВКА ЦЕЛЕЙ И
ЗАДАЧ КОММУНИКАЦИИ

ДЕМОГРАФИЯ:

1) СЕМЬИ С ДЕТЬМИ В ВОЗРАСТЕ 10-13 ЛЕТ, ВЕДУЩИЕ АКТИВНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ. РОДИТЕЛИ ЛЮБЯТ СВОЙ ГОРОД И ЕГО ИСТОРИЮ, ЗНАНИЕ КОТОРОЙ ОНИ СТРЕМЯТСЯ СОХРАНИТЬ И ПЕРЕДАТЬ СВОИМ ПОДРАСТАЮЩИМ ДЕТАМ. ДЕТИ ЖЕ ПРИВЫКЛИ СЧИТАТЬ ИСТОРИЮ АПРИОРИ СКУЧНЫМ ПРЕДМЕТОМ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ, ОДНАКО ТАЙНЫ И ЗАГАДКИ МЕСТ СВОЕГО РОДНОГО ГОРОДА УВЛЕКАЮТ ИХ

2) ЖИТЕЛИ МОСКВЫ, ВОЗРАСТ ОКОЛО 16-25 Г. ОНИ - АКТИВНЫЕ СТУДЕНТЫ ИЛИ ШКОЛЬНИКИ СТАРШИХ КЛАССОВ, КОТОРЫЕ СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ ЧАСТО ПРОВОДЯТ ГУЛЯЯ ПО МОСКВЕ;

ПСИХОГРАФИЯ: ЛЮБЯТ ПРИКЛЮЧЕНИЯ, НЕИЗВЕДАННОЕ, ПУТЕШЕСТВИЯ И АРХИТЕКТУРУ, ЕСТЬ БОЛЬШОЙ ИНТЕРЕС К ИСТОРИИ СВОЕГО ГОРОДА АКТИВНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ СОЦ.СЕТЕЙ: ЛЮБЯТ ФОТОГРАФИРОВАТЬ ИНТЕРЕСНЫЕ МЕСТА И ЗДАНИЯ И ДЕЛИТЬСЯ С ДРУЗЬЯМИ, ПОЭТОМУ СТРЕМЯТСЯ МНОГО ГУЛЯТЬ И УДИВЛЯТЬ СЕБЯ И ОКРУЖАЮЩИХ ДЛЯ НОВЫХ “ПОСТОВ”

ОЖИДАЕМАЯ ВЫГОДА: ПОЛУЧЕНИЕ НОВЫХ ЯРКИХ ЭМОЦИЙ И ВПЕЧАТЛЕНИЙ, БОЛЕЕ БЛИЗКОЕ “ЗНАКОМСТВО” С ГОРОДОМ, КУЛЬТУРНОЕ САМООБРАЗОВАНИЕ

ИНТЕНСИВНОСТЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ: РАЗОВОЕ ПОСЕЩЕНИЕ, ПРИВЛЕЧЕНИЕ ДРУЗЕЙ И ЗНАКОМЫХ К ПОСЕЩЕНИЮ

СТЕПЕНЬ ПРИВЕРЖЕННОСТИ: ВОЗРАСТАЮЩАЯ ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ПРОЕКТУ ПРИ РАСШИРЕНИИ СПИСКА ЛОКАЦИЙ (ПРИ ПОЯВЛЕНИИ НОВЫХ ТОЧЕК ПОМИМО АПТЕКИ)

УРОВЕНЬ ГОТОВНОСТИ К ВОСПРИЯТИЮ: ГОТОВНОСТЬ В СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ “СОРВАТЬСЯ” ПРИ ПОЛУЧЕНИИ СООБЩЕНИЯ И УВИДЕТЬ МЕСТО СВОИМИ ГЛАЗАМИ

ЦЕЛЬ: ПОВЫСИТЬ ИНТЕРЕС К ИСТОРИИ
МОСКВЫ

ЗАДАЧИ:

СТИМУЛИРОВАНИЕ ИСТОРИЧЕСКОГО
САМООБРАЗОВАНИЯ

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ГОРОЖАН К
КУЛЬТУРНОМУ САМОРАЗВИТИЮ

СТРАТЕГИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

СТРАТЕГИЯ РЕКЛАМНОГО
СООБЩЕНИЯ:

КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ
КАМПАНИИ:

ВИДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ:

- ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ (ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЖЕЛАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ ПОЛУЧИТЬ ЯРКИЕ ЭМОЦИИ ОТ ОТКРЫТИЯ ТАЙН ГОРОДА)
- ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ (ВОЗДЕЙСТВИЕ НА СТРЕМЛЕНИЕ ПОСЕЩАТЬ НЕИЗВЕСТНЫЕ МЕСТА МОСКВЫ И УЗНАВАТЬ О НИХ НОВОЕ)
- ВИД ЭМОЦИОНАЛЬНОГО РАЗДРАЖИТЕЛЯ: АКТИВИЗАЦИЯ - ПОБУЖДЕНИЕ К ДЕЙСТВИЮ, ПОСЕЩЕНИЮ НЕИЗВЕДАНЫХ МЕСТ

СПОСОБЫ ИСПОЛНЕНИЯ:

- РАЗВЛЕЧЕНИЕ
- СИМВОЛИЗМ
- САМООБРАЗОВАНИЕ

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ:

- ИНТЕРНЕТ
- ATL
- EVENT
- МОЛОДЕЖНЫЕ СМИ

ИНСТРУМЕНТЫ:

- ИНТЕРНЕТ: ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ КАМПАНИИ, СТРАНИЦЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, QR-КОДЫ НА УЛИЦАХ ГОРОДА, КАНАЛ НА YOUTUBE, СЕРИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ РОЛИКОВ
- ATL: НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА - АФИШИ/ПОСТЕРЫ, ТЕМАТИЧЕСКИЕ СТИКЕРЫ; AMBIENT РЕКЛАМА
- EVENT: ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРФОРМАНСОВ В СОТРУДНИЧЕСТВЕ С ЮНОШЕСКИМИ ТЕАТРАМИ, ОТКРЫТЫЕ ЛЕКЦИИ;
- ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С МОЛОДЕЖНЫМИ СМИ: ПОЧТОВАЯ РАССЫЛКА РЕЛИЗОВ В РЕДАКЦИИ THE VILLAGE, АФИША DAILY

СОЗДАНИЕ САЙТА, ГДЕ ОТПРАВНОЙ ТОЧКОЙ ЯВЛЯЮТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ ИСТОРИЧЕСКИЕ МЕСТА:

- “АПТЕКА КАРЛА ФЕРРЕЙНА”,
- “БАШНЯ КОЛДУНА”, ИЛИ СУХАРЕВА БАШНЯ,
- ДОМ ТАИНСТВЕННО УБИТОЙ СЕСТРЫ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО.

ДАЛЕЕ ВСЯ ПРЕДЛОЖЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ БУДЕТ РАССМОТРЕНА НА ДАННЫХ ПРИМЕРАХ.

ИСТОРИЧЕСКИЕ МЕСТА



АПТЕКА ФЕРРЕЙНА НА
НИКОЛЬСКОЙ, 21



«БАШНЯ КОЛДУНА»
ИЛИ СУХАРЕВА БАШНЯ



ЗДАНИЕ ВО 2-М ЗНАМЕНСКОМ
ПЕРЕУЛКЕ. ДОМ УБИТОЙ
СЕСТРЫ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО
ВАРВАРЫ КАРЕПИНОЙ

КРЕАТИВНАЯ ИДЕЯ

“ХОЛОДНОЕ” ВОЗДЕЙСТВИЕ НА АУДИТОРИЮ В
СОЧЕТАНИИ С “ГОРЯЧИМ”, ИНТЕРАКТИВНЫМ.
ПРОВЕДЕНИЕ ИНТЕГРИРОВАННОЙ КАМПАНИИ С
ПОМОЩЬЮ DIGITAL-СРЕДСТВ И НОВЫХ МЕДИА

СЛОГАН КАМПАНИИ:

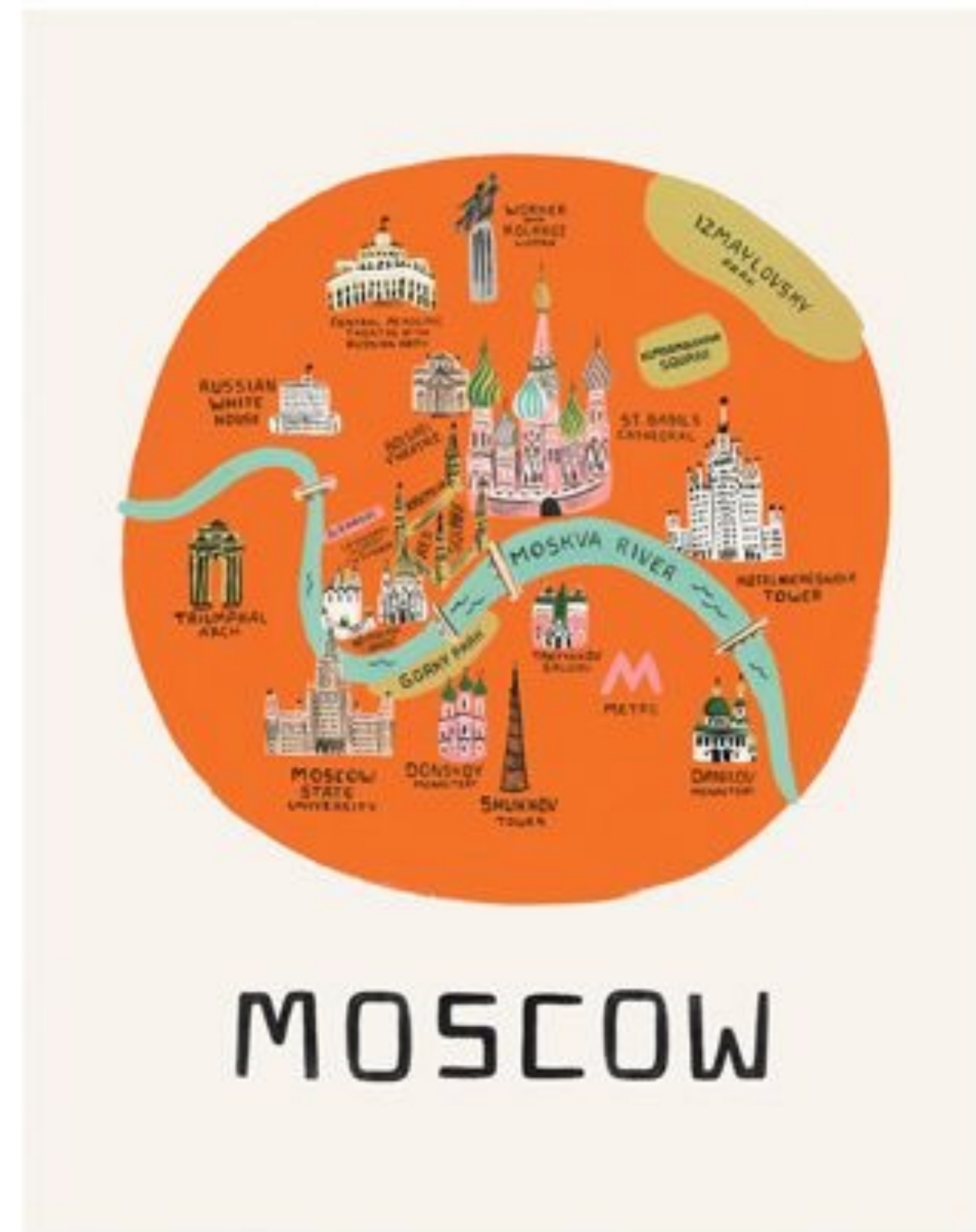
“Старое В Новом!”

СОЗДАНИЕ САЙТА В ВИДЕ ИНТЕРАКТИВНОЙ КАРТЫ МОСКВЫ:

ПОЛНАЯ КАРТА СТОЛИЦЫ, КОТОРАЯ ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЯ САЙТА ПРЕИМУЩЕСТВЕННО СКРЫТА ТАИНСТВЕННЫМ СЕРЫМ ДЫМОМ. НА ПЕРВОНАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ НА КАРТЕ ДОСТУПНЫ ЛИШЬ ТРИ КЛЮЧЕВЫЕ КРАСНЫЕ ТОЧКИ - АПТЕКА ФЕРРЕЙНА, СУХАРЕВСКАЯ БАШНЯ И ДОМ СЕСТРЫ ДОСТОЕВСКОГО, ВЫПОЛНЕННЫЕ КАК 3D ФИГУРКИ, ВОЗВЫШАЮЩИЕСЯ НАД ОСТАЛЬНЫМИ ПЛОСКИМИ И СЕРЫМИ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЯМИ ГОРОДА.

ЭТИ ТОЧКИ КЛИКАБЕЛЬНЫ: НА ИХ СТРАНИЦАХ МОЖНО НАЙТИ ВСЮ ИНФОРМАЦИЮ ОБ ИСТОРИИ ЗДАНИЙ, О КОТОРЫХ МНОГИЕ ГОРОЖАНЕ ДАЖЕ И НЕ ПОДОЗРЕВАЛИ, ПРОЧИТАТЬ ОПИСАНИЕ ЛЕГЕНД И ТАЙН, СВЯЗАННЫХ С ЭТИМ МЕСТОМ.

ТАМ БУДУТ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ФОТО И ИНТЕРАКТИВНЫЕ ВИДЕОРОЛИКИ С АНИМАЦИОННОЙ РЕКОНСТРУКЦИЕЙ УБРАНСТВА ЭТИХ ИСТОРИЧЕСКИХ МЕСТ, ЧТОБЫ ПОСЕТИТЕЛЬ СМОГ ПОЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ ПУТЕШЕСТВЕННИКОМ И ОТКРЫВАТЕЛЕМ ТАЙН УЖЕ ПРИ ПОСЕЩЕНИИ САЙТА.



СОЗДАНИЕ САЙТА В ВИДЕ ИНТЕРАКТИВНОЙ КАРТЫ МОСКВЫ:



ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОСЕТИТЕЛЯМ САЙТА СТАТЬ СО-АВТОРАМИ ПРОЕКТА ПУТЕМ ДОБАВЛЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ ЛОКАЦИЙ, КОТОРЫЕ НЕ БЫЛИ ВНЕСЕНЫ СОЗДАТЕЛЯМИ САЙТА/ АВТОРАМИ ПРОЕКТА. ОТСЛЕЖИВАНИЕ АКТИВНОСТИ И НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ, ПОЖЕЛАНИЙ И ТРЕНДОВ

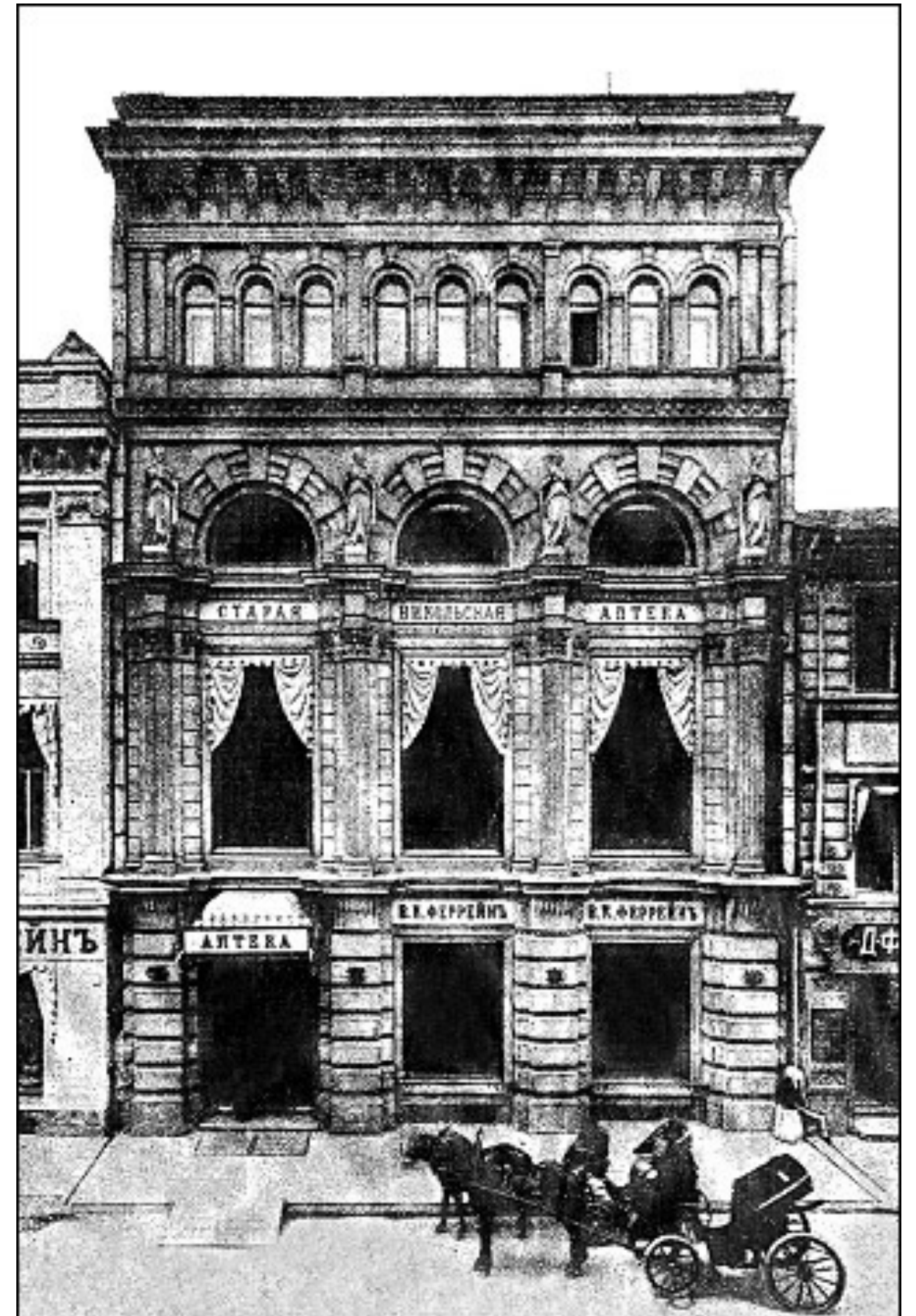
АКТИВНАЯ ПОСТИНГ-ПОДДЕРЖКА В ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ТЕКСТЫ В FACEBOOK И VK, TWITTER И TUMBLR СО СПЕЦИАЛЬНЫМИ ХЕШТЕГАМИ И ГЕОТЕГАМИ (САМЫЕ ПОСЕЩАЕМЫЕ НАШЕЙ ЦА), СОЗДАНИЕ КАНАЛА И ПАТЧА СТИКЕРОВ НА НАШУ ТЕМАТИКУ В TELEGRAM (БЕСПЛАТНО, ПОПУЛЯРНО, С ЮМОРОМ И ХОРОШО ВИЗУАЛИЗИРУЕТ НАШУ ТЕМУ).

АМБИЕНТ И НАТИВНАЯ РЕКЛАМА:

СОЗДАНИЕ НЕБОЛЬШОЙ СЕРИИ СТИКЕРОВ 50X50 СМ ДЛЯ РАСКЛЕЙКИ ПО ГОРОДУ С ИЗОБРАЖЕНИЕМ АПТЕКИ, ФЕРРЕЙНА, С ПРИЗЫВАМИ ЗАМЕЧАТЬ СТАРОЕ В НОВОМ, УЗНАВАТЬ ИСТОРИЮ СВОЕГО ГОРОДА И Т.Д. ПРИВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЫХ ГРАФФИТИСТОВ ДЛЯ СОЗДАНИЯ 3D РИСУНКОВ НА ПОЛОТНЕ ВБЛИЗИ ИСТОРИЧЕСКИХ ЛОКАЦИЙ КАРТЫ, УЧАСТВУЮЩИХ В КАМПАНИИ (НАПРИМЕР, ПРИКРЕПЛЕННОМ К СТЕНЕ ЗДАНИЯ НА НИКОЛЬСКОЙ, С ИЗОБРАЖЕНИЕМ СТАРИКА ФЕРРЕЙНА И УБРАНСТВА ЕГО СТАРИННОЙ АПТЕКИ, КОТОРЫЙ СПРАШИВАЕТ, КТО УЖЕ СМОГ НАЙТИ СТАРОЕ В НОВОМ).

РАСКЛЕЕННЫЕ В РАЙОНАХ ОБОЗНАЧЕННЫХ НА КАРТЕ ЛОКАЦИЙ QR-КОДЫ, КОТОРЫЕ ДАЮТ ДОСТУП К САЙТУ С ПОЛНОЙ ИСТОРИЕЙ ЗДАНИЯ КРУПНЕЙШЕЙ АПТЕКИ ФЕРРЕЙНА, СУХАРЕВСКОЙ БАШНИ И, ФОТОГРАФИЯМИ, МИСТИЧЕСКИМИ ИСТОРИЯМИ И СЛУХАМИ, СЕРИЕЙ ИНТЕРАКТИВНЫХ ВИДЕОРОЛИКОВ.

СОТРУДНИЧЕСТВО СО СВОБОДНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ “ЦИФЕРБЛАТ”, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИМ СВОЮ ПЛОЩАДКУ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ, ПРИУРОЧЕННЫХ КАМПАНИЕЙ.



ПРОВЕДЕНИЕ СЕРИИ КВЕСТОВ/ИГРОВЫХ ЭКСКУРСИЙ



СВЯЗАННЫХ С ОТКРЫТЫМИ МЕСТАМИ НА ИНТЕРАКТИВНОЙ КАРТЕ. НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ - ТРИ КВЕСТА, СВЯЗАННЫХ С ЗАГАДКАМИ ИСТОРИИ АПТЕКИ ФЕРРЕЙНА, БАШНИ КОЛДУНА И ДОМА СЕСТРЫ ДОСТОЕВСКОГО. В ИГРОВОЙ ФОРМЕ УЧАСТНИКИ - ПРЕИМУЩЕСТВЕННО, РОДИТЕЛИ С ДЕТЬМИ 10-13 ЛЕТ - СМОГУТ ПЕРЕЙТИ ОТ КОММУНИКАЦИИ В ФОРМАТЕ ONLINE К ФОРМАТУ OFFLINE И ПРЯМОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ. НА ЭТИХ КВЕСТАХ УЧАСТНИКАМ БУДЕТ СНАЧАЛА ДАНА КРАТКАЯ ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА О МЕСТЕ, ТАЯЩЕМ В СЕБЕ МНОЖЕСТВО ТАИН. ДАЛЕЕ ИМ БУДЕТ ПРЕДЛОЖЕНО ЗА ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ПРОМЕЖУТОК ВСТУПИТЬ В ИГРУ И РАСКРЫТЬ ГЛАВНЫЕ СЕКРЕТЫ “СТАРОГО-НОВОГО” МЕСТА МОСКВЫ, СЛЕДУЯ ОПРЕДЕЛЕННОМУ СЦЕНАРИЮ.

СОТРУДНИЧЕСТВО С САЙТОМ КВЕСТОВ “А-А-АХ! МОСКВА!” (НАПРИМЕР, УЖЕ СУЩЕСТВУЕТ ПОДХОДЯЩИЙ КВЕСТ [HTTP://A-A-AH.RU/WIZARDTOWER](http://a-a-ah.ru/wizardtower)), ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМ ОРГАНИЗАЦИЮ ТЕМАТИЧЕСКИХ КВЕСТОВ НА ВЫБРАННЫХ ДЛЯ СТРАТЕГИИ ЛОКАЦИЯХ, А ТАКЖЕ В РАЗЛИЧНЫХ МЕСТАХ ГОРОДА.

КАНАЛ С СЕРИЕЙ ТЕМАТИЧЕСКИХ ИНТЕРАКТИВНЫХ РОЛИКОВ НА YOUTUBE (ПОДРОБНЕЕ ОБ ЭТОМ: [HTTPS://DOCS.GOOGLE.COM/DOCUMENT/D/1XTT3U47TASYNUMTCDOC3_ZTTR7ECFSVH8HNLX6KYVGU/EDIT](https://docs.google.com/document/d/1XTT3U47TASYNUMTCDOC3_ZTTR7ECFSVH8HNLX6KYVGU/edit)).

СРОКИ И ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ КАМПАНИИ

СРОКИ: 1 АПРЕЛЯ — 31 ДЕКАБРЯ 2016 ГОДА

1 АПРЕЛЯ —
31 МАЯ:

РАЗРАБОТКА
КОНЦЕПЦИИ,
ПОДГОТОВКА
ПЛАНА
РЕАЛИЗАЦИИ
ПРОЕКТА

1 ИЮНЯ —
31 АВГУСТА:

ПОДГОТОВКА И ЗАПУСК
САЙТА, ЗАПУСК
ИНТЕРАКТИВНОЙ КАРТЫ,
ПРОВЕДЕНИЕ КВЕСТОВ ПО
ВЫБРАННЫМ
ИСТОРИЧЕСКИМ
ПЛОЩАДКАМ,
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
КАМПАНИИ (ПРОВЕДЕНИЕ
МЕРОПРИЯТИЙ, ОПИСАННЫХ
В ПЛАНЕ КАМПАНИИ)

1 СЕНТЯБРЯ —
31 НОЯБРЯ:

ОТКРЫТИЕ
ДОСТУПА
РАСШИРЕНИЯ
ЛОКАЦИЙ ДЛЯ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
САЙТА

1 ДЕКАБРЯ —
31 ДЕКАБРЯ:

ПОДВЕДЕНИЕ
ИТОГОВ КАМПАНИИ,
АНАЛИЗ
РЕЗУЛЬТАТОВ,
КОРРЕКТИРОВКА
СТРАТЕГИИ,
ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ
О ПРОДЛЕНИИ
ПРОЕКТА

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ КАМПАНИИ

СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ: ПОВЫШЕНИЕ ИНТЕРЕСА ГОРОЖАН К ИСТОРИИ ГОРОДА, УРОВНЯ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ОБ ИСТОРИЧЕСКИХ МЕСТАХ, НЕ ПОЛЬЗУЮЩИХСЯ ПОПУЛЯРНОСТЬЮ У ШИРОКОЙ АУДИТОРИИ, БОЛЕЕ АКТИВНОЕ ПОСЕЩЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКИХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ МОСКВЫ.

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ: В РЕЗУЛЬТАТЕ ОПИСАННОГО СОЦИАЛЬНОГО ЭФФЕКТА ПРОИСХОДИТ УВЕЛИЧЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ЛОКАЦИЙ НА ИНТЕРАКТИВНОЙ КАРТЕ САЙТА, КОТОРЫЕ БУДУТ ДОБАВЛЯТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ ВСЛЕДСТВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ИХ АКТИВНОСТИ И ВОВЛЕЧЕННОСТИ. ПОЛНОЦЕННАЯ КАМПАНИЯ ПОЛУЧИТ БОЛЬШУЮ ПОДДЕРЖКУ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, КОЛИЧЕСТВО СОАВТОРОВ И “АДВОКАТОВ БРЕНДА-ПРОЕКТА” БУДЕТ РАСТИ. ПРОЕКТ БУДЕТ АКТИВНО РАСШИРЯТЬСЯ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ, ВЫХОДЯ СНАЧАЛА ЗА ПРЕДЕЛЫ ЦЕНТРА, А ПОТОМ И ВСЕГО ГОРОДА.