

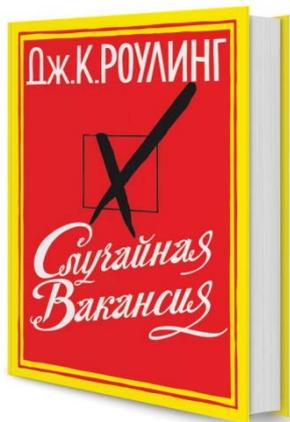
ДЖ.К.РОУЛИНГ

*Судящиеся
Вакансии*

Маленькие секреты БОЛЬШИХ продаж!
Самая ожидаемая книга в России!



О проекте



- Новая книга Джоан Роулинг
- Лидер продаж в странах, где книга вышла
- Настоящая литература для тех, кто вырослел, читая книги Джоан
- Гарантированный бестселлер для торговых точек любой категории

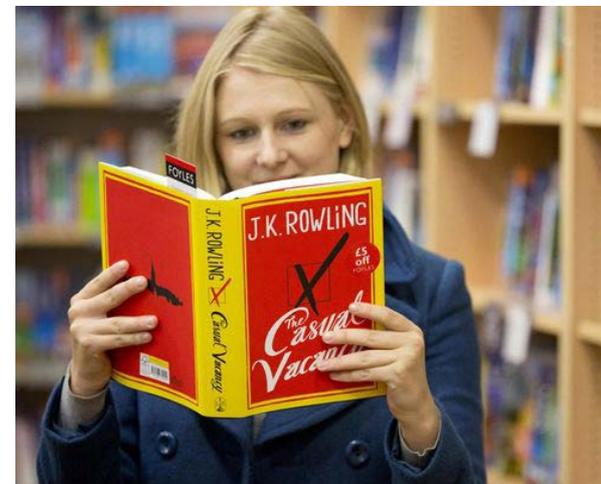
Целевая аудитория

Ядро новой аудитории автора – это женщины и мужчины старше 18 лет, читающие одну и более книг в месяц, проживающие в крупных городах. В целях охватить все возможные социальные группы английский издатель четко сформулировал, о чем и для кого эта книга:

«Это роман о ежедневной войне между богатыми и бедными, детьми и их родителями, мужьями и женами, учителями и учениками».

Какие потребности покупателей удовлетворяет книга:

- Долгожданный релиз для поклонников творчества Джоан Роулинг
- Серьезная литература для тех, кто устал от некачественного чтива
- Стать сопричастным к большой армии поклонников творчества одного из самых ярких и заметных авторов мира современной литературы
- Подтверждение интеллектуального статуса своей персоны
- Одно из немногих предложений на рынке, где качество и впечатления от покупки гарантированно высокие
- Сюжет книги с легкостью ложится на повседневные ситуации, с которыми сталкиваются читатели, что позволяет вовлечь читателя в проблемы, поднимаемые романом
- Приобретение и обмен впечатлениями, полученными от книги, удовлетворяют желание быть в курсе модных тенденций



Единая дата начала продаж в России 13/02/13

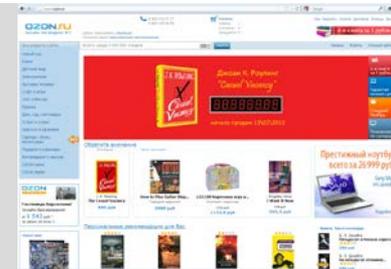
Тринадцать ноль два, два ноль тринадцать!

- Время активных покупок, связанных с зимними и весенними праздниками
- Традиционное время для выхода важных релизов на рынке
- Комфортная дистанция от посленовогогоднего затишья
- Возможность заблаговременно произвести всю работу по подготовке к запуску продаж

Для интернет-магазинов

Баннерная реклама – за 1 мес. до начала продаж с переходом в карточку предварительного заказа.

Мы готовы предоставить вам баннеры для вашего сайта.



Для ваших магазинов

Оригинальное POSm для оформления витрин, информационных стендов и т.п.

Мы предлагаем вам оформить витрины ваших магазинов тематическими экспозициями, оклеить специализированными баннерами. Затраты на эти материалы мы возьмем на себя!



Набор POSm для ваших магазинов



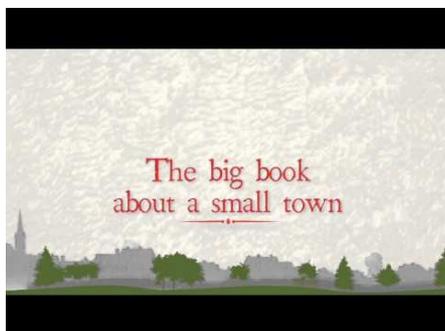
Плакаты
A0, A1 ,A3, A4



Листовка с календарем на
2013 год
A6

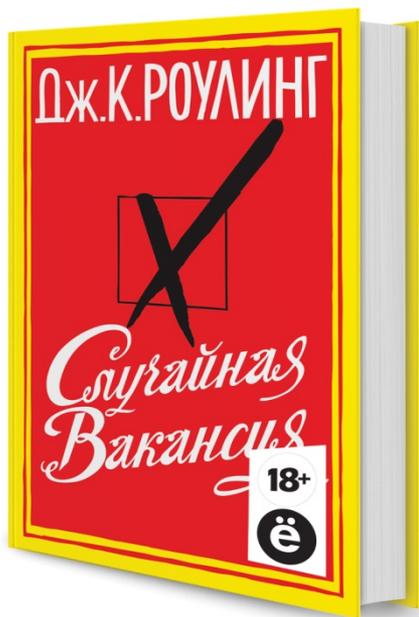


Листовка A6 – флаер с QR –
кодом для оформления
предварительного заказа на
книгу «Случайная вакансия»
в ваших магазинах и
интернет-магазинах.

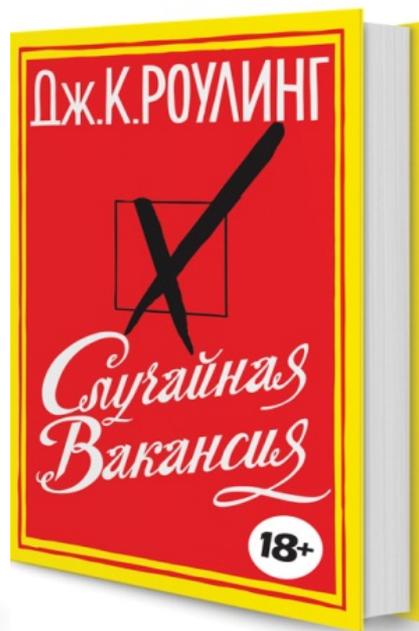


Трейлер
(30 сек)
Аудио - ролик
(30 сек)

**Сделайте яркое событие для ваших
покупателей! Заработайте на книге,
о которой говорит весь мир!**



Специальное издание



Традиционное издание

- ✓ Прецедент на российском книжном рынке.
- ✓ Дополнительный информационный повод. Повышение интереса СМИ к выходу книги.
- ✓ Повод вирусного распространения информации о книге по средствам социальных сетей.
- ✓ Создание дополнительного информационного шума (эффекта сарафанного радио) вокруг специального издания книги.

Специальное издание

- В последние годы любая активность, связанная с использованием буквы «ё», привлекает повышенное внимание СМИ.
- Значительное количество активных покупателей книжной продукции (по имеющимся оценкам – более 60%) высказывается за то, что использование этой буквы должно стать обязательным.
- При этом существует значительный сегмент читательской аудитории, негативно относящийся к попыткам насильственного внедрения буквы «ё» во все тексты.
- Это позволит привлечь к книге повышенное внимание как в офлайновых, так и онлайн-каналах продаж.
- Как информационный повод ёфикация части тиража привлечет внимание не только к конкретной книге, но и к издательской группе в целом.
- Данный информационный повод с гарантией привлечет внимание ряда телеканалов (особенно пристально следят за этой темой каналы «РТР-Культура», РБК-ТВ, 5 канал, «Дождь»), радиостанций («Эхо Москвы», «Серебряный дождь», «Маяк»), а также вызовет активное обсуждение в социальных сетях (есть предварительное согласие на публикацию дискуссионных материалов в блогах Артемия Лебедева, Рустема Адагамова (drugoi)).

Ожидаемый охват: более 9 000 000 человек

профиль
ЕЖЕНЕДЕЛЬНИЙ ЖУРНАЛ



Коммерсант

Эноб. еженедельный журнал
ОДНАКО

PR – кампания

- Широкая PR - кампания. Более 150 средств массовой информации (рецензии, анонсы). *Охват более 20 000 000 человек.*

Ведущие печатные СМИ. Охват более 12 000 000 человек.

- ✓ «Антенна», «Комсомольская правда», «Русский репортер», «Коммерсантъ Weekend», «Эксперт», «Marie Claire», «Story» и многие другие.

Размещение препринтов в следующих СМИ:

- «Антенна» – тираж 4 000 000 экземпляров;
- «Аргументы и факты» – тираж 2 500 000 экземпляров + перепост на сайт aif.ru - 600 000 просмотров в сутки, 300 000 посетителей в сутки;
- «Комсомольская правда» – тираж 2 700 000 экземпляров + перепост на сайт kp.ru – 250 000 просмотров в сутки, 100 000 посетителей в сутки;
- сайт РИА Новости (ria.ru) - 1 700 000 просмотров, в сутки, 900 000 посетителей в сутки;
- журнал «Караван историй» – тираж 859 000 экземпляров.
- журнал «Marie Claire» - тираж 120 000 экземпляров.

Ведущие электронные СМИ. Охват более 8 000 000 человек.

- ✓ ria.ru, aif.ru, mk.ru, kp.ru, woman.ru, lenta.ru, gazeta.ru и т.д.



STORY

marie claire



РИА НОВОСТИ антенна

КОМСОМОЛЬСКАЯ
ПРАВДА!

АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ

КАРАВАН
историй

Широкая рекламная кампания. Охват 7 843 000 человек.

❖ **Рекламная кампания на радиостанции «Эхо Москвы».** География вещания – Российская Федерация. Сегодня «Эхо» вещает более чем в 40 городах России. **Охват 2 343 000 человек.**

- ✓ Ротация рекламных роликов в прайм-тайм;
- ✓ Отдельная передача, посвященная выходу книги «Случайная вакансия».

❖ **Рекламная кампания на радиостанции «Серебряный дождь».** География вещания – Российская Федерация. Сегодня «Серебряный дождь» вещает более чем 200 городах России. **Охват 5 000 000 человек.**

- ✓ Ротация рекламных роликов в прайм-тайм.

❖ **Рекламная кампания в блогосфере: Livejournal.ru и Redigo.ru**

Общее количество показов 6 110 000

Охват кампании более 500 000 человек



Рекламная кампания в блогосфере



Основная площадка продвижения - LiveJournal.com

LiveJournal.com – концентрированный Интернет. Если есть что-то важное, это обсуждают в LiveJournal.

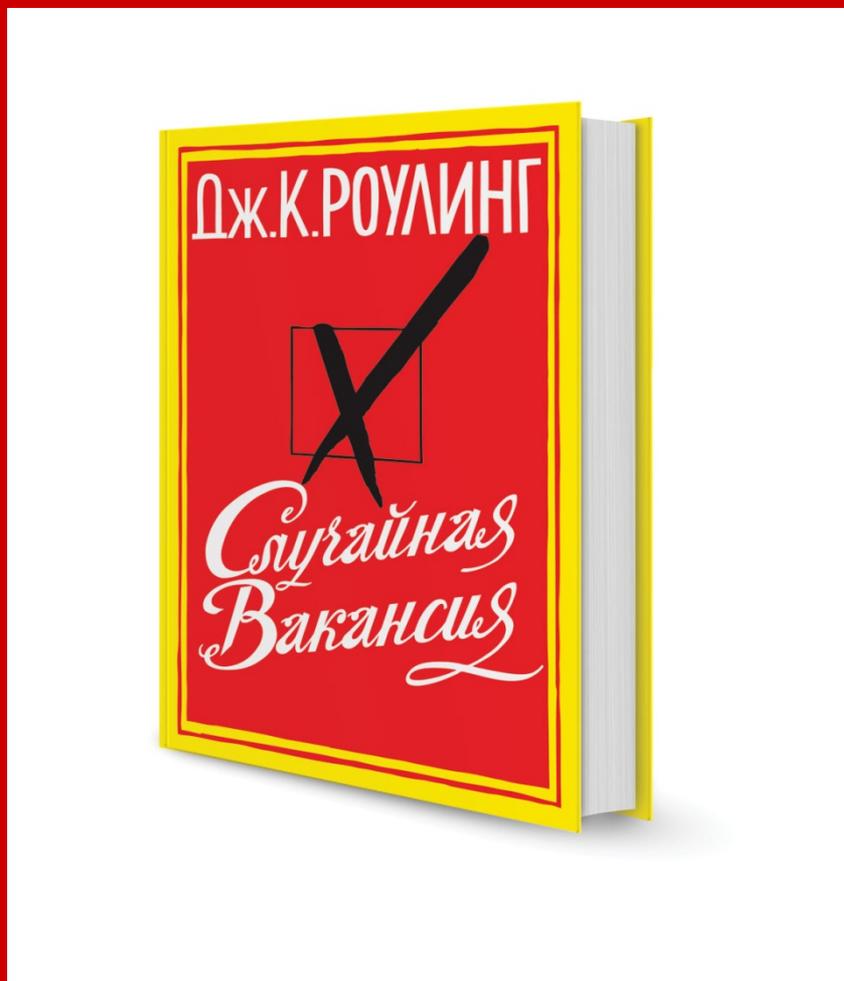
LiveJournal.com – генератор важного контента. То, что обсуждается в LiveJournal, становится важным, значимым и обсуждаемым во всём Интернете и за его пределами.

LiveJournal.com – площадка с высочайшим уровнем доверия пользователей по отношению к публикуемому контенту. Пользователи LiveJournal верят друг другу как самим себе. Потому что они сами создают контент, сами пишут о том, что интересно им, сами обсуждают то, что важно.

Рекламная кампания на Livejournal.ru и Redigo.ru

- ✓ Посты с описанием своих первых впечатлений от нескольких глав новой книги у топовых блогеров.
- ✓ Публикация большого поста, рассказывающего о всех сетевых активностях, связанных с книгой, в дайджесте живого журнала.
- ✓ Брендирование главных страниц LiveJournal.com и LiveJournal.ru.
- ✓ Публикация материала о «книге в дорогу» на сайте о путешествиях Redigo.ru.
- ✓ Интерактивный конкурс в сообществе «afisha_lj».
- ✓ Интерактивный конкурс в сообществе *executive.ru*.
- ✓ Трансляция постов во все популярные социальные сети.





Маленькие секреты БОЛЬШИХ продаж!
Книга, о которой говорит весь мир!