



Partyson
PR-акция «Лабиринт»



PartysonS
PR-акция «Лабиринт»



ВВОДНЫЕ ДАННЫЕ:

- Заказчик: Издательство «Клуб Семейного Досуга»
- Тип мероприятия:
PR-акция (как часть PR-кампании) по продвижению украинно-язычной версии новой книги Дэна Брауна «Втрачений символ»
- Количество участников: 10 тыс. чел., жители г. Киева
- Место проведения: г. Киев, Крещатик
- Дата проведения: 21.12 – 28.12.2009 г.
- Продолжительность: 10.00 – 19.00, ежедневно





PartysonS

PR-акция «Лабиринт»



БРИФ:

КЛИЕНТ

Издательство «Клуб Семейного Досуга» (<http://www.bookclub.ua>). Годовой тираж: 16 млн. экз., а ассортимент насчитывает до шестисот наименований. Это также крупнейшая книжная дистрибьюторская компания, объединяющая около трех миллионов подписчиков каталога «Книжного Клуба «Клуба Семейного Досуга» в странах СНГ.

ЦЕЛИ PR-КАМПАНИИ

Донести до максимального количества потенциальных читателей информацию о выходе украинно-язычной версии новой книги всемирно известного автора Дэна Брауна «Втрачений символ» (The Lost Symbol)

ЦЕЛИ PR-АКЦИИ

Создание основного информационного повода, яркого события, направленного как на СМИ так и на конечных покупателей книги.

ЗАДАЧА

Продажа 30% тиража книги в первую неделю продаж (сначала издательством было заявлено в печать 25000 экземпляров «Втраченого символа», а потом эта цифра была увеличена до 40000). Реализация книг ведется как через «Книжный Клуб», являющийся самой крупной сетью в Украине из 50 магазинов во всех областях страны, так и другими книготорговыми сетями и интернет-магазинами.



PartysonS
PR-акция «Лабиринт»



ПРЕДЛОЖЕННОЕ РЕШЕНИЕ:

PR – КАМПАНИЯ

1. Системная работа со СМИ. Создание различных информационных подводов и планомерное информирование СМИ (рассылка пресс-релизов, мониторинг результатов и публикаций).
2. Проведение пресс-конференции для СМИ. Презентация новой книги, объявление первого дня продаж.
3. PR-акция: Лабиринт «Втрачений символ» в центре Киева, сверху выглядит как ключ.





PartysonS

PR-акция «Лабиринт»



СЛОЖНОСТИ:

1. Погодные условия при монтаже конструкции «Лабиринт», температура воздуха -25°C

2. Сложность съемки интервью с Дэном Брауном в Америке. Дело было так: наше агентство предложило снять эксклюзивное интервью с Дэном Брауном специально для украинских читателей и КСД. Представитель КСД связался с агентом Дэна Брауна, но тот сказал, что это маловероятно. И на этом месте все зависло...НО!!! Наше агентство нашло своего знакомого журналиста в Америке, сформулировало ряд вопросов к Дэну Брауну, состыковало представителя КСД, агента Дэна Брауна и нашего журналиста в Америке. После чего была достигнута договоренность о съемке Эксклюзивного интервью во время пресс-конференции ДБ. Все получилось, в сжатые сроки интервью было смонтировано, переведено на украинский язык и показано на пресс-конференции в Киеве.

3. Преждевременный выход русско-язычной версии книги.





PartysonS

PR-акция «Лабиринт»



РЕАЛИЗАЦИЯ:

PR – КАМПАНИЯ

1. Работа со СМИ. 8 пресс-релизов, посты в ЖЖ и ВКОНТАКТЕ и др. 819 актуализированных адресов + национальные СМИ, включая сборков во всех областях и киевские региональные издания – 229 + нишевые сайты, посвященные развлечениям и досугу, в частности - литературе и искусству – 30. По результатам каждой рассылки проводился анализ недоставленных писем, выяснение причин недоставки и вторичная отправка, если это было необходимо.

2. Проведение пресс-конференции для СМИ. Презентация новой книги, объявление первого дня продаж. Интервью Дэна Брауна, снятого специально для КСД в Америке (обращение писателя к украинским читателям). Фильм о переводе производстве книги в Украине, снятый специально для пресс-конференции.





PartysonS

PR-акция «Лабиринт»



РЕАЛИЗАЦИЯ:

PR – АКЦИЯ “ЛАБИРИНТ” (ЗНАЙДИ ВТРАЧЕНИЙ СИМВОЛ!)

Лабиринт (18*10 м) в форме ключа, брендированный логотипами КСД и обложкой книги по всему периметру. На входе работают 2 промоутера в монашеских накидках. Гость получает на входе бланк с вопросами. Ответы нужно найти на стенах лабиринта, они выделены в отрывках цитат из книги. Гость должен найти выход и ответить на вопросы. Также в бланк он должен вписать информацию о себе (это необходимо для пополнения базы членов «Книжного Клуба «КСД»). Если гость правильно ответил на вопросы, он может выбрать один из ключей, находящихся в специальном мешочке. У промоутера также находится короб на замке с самой книгой Дэна Брауна. Если ключ подходит, гость получает книгу.





PartysonS

PR-акция «Лабиринт»



ЭФФЕКТИВНОСТЬ:

За первую неделю было продано 14 000 экземпляров, что уже составило 35% всего тиража.

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ СО СМИ

Состоялось около 150 публикаций в электронных (~95%) и печатных СМИ, а также вышло 8 ТВ-сюжетов, освещающих полноценно или фрагментарно выход «Втраченого символа». 31 публикация, т.е. примерно 20% пришлось на издания, входящих в топ-50 СМИ по версии Bigmir.

Информация, изложенная в Пресс-релизах, звучала и в новостях по радио.

Информация из каждой рассылки попадала в новостные агрегаторы: UkrNet, Redtram, newsme.com.ua, BigMir, MyNews, Хорошие новости, Мета, Все вести, Gala.net, Join, NewsRu, Новинар.

Из всего опубликованного, более половины (79 шт.) публикаций – так называемый “копи-паст”, то есть перепечатки из других электронных СМИ. «Лидером мнений» неизменно выступают Корреспондент, ТСН, Фокус, КП в Украине и ЛигаИнформ. Ссылку на Корреспондент удалось обнаружить даже на американском ресурсе: «Наше домашнее ТВ: Русское телевидение в Америке».

Публикация в ТСН до сих пор обеспечивает прекрасный результат в русскоязычной поисковой выдаче при запросе «Дэн Браун». 2-я ссылка: «Дэн Браун планирует тайно приехать в Украину - ТСН.ua с упоминанием инфомповода, даты выхода книги и где она будет представлена, а также информации о серии и издателе романа.

Partysons

GLOBAL EVENT



Владимир Сиганевич
+38 067 232 50 77

e-mail: partysons@gmail.com