



## ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

### НА СОЗДАНИЕ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ АКВАПАРКОВ «ЛИМПОТО»

В 2020 ГОДУ

<p><b>Рекламируемый товар, услуга (что рекламируем)</b></p>	<p>Развлекательный комплекс – аквапарк Лимпопо, как центр развлечений с объемным комплексом услуг, окруженный множеством востребованных в городе объектов - гостиницами, океанариумом, развлекательными и детскими центрами, удобной транспортной развязкой и т.д.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Детские дни рождения (анимационная программа)</li> <li>• Спа-услуги (Душ Шарко, Массажи, Гидромассажные ванны, кедровые бочки, обертывания) (для Екатеринбурга)</li> <li>• Уют компания (комфорт зона с отдельными каютами, в которых персональная сауна/хамам/ИК сауна, душ, купель, бассейн с противотоками) (для Екатеринбурга)</li> <li>• Бассейн (плавательный бассейн) (для Екатеринбурга)</li> <li>• Аквазона (Основная часть аквапарка, где горки и бассейны)</li> <li>• Банный комплекс (сауны с разными температурными режимами, хамам)</li> <li>• Фудкорт (5 баров с разнообразным меню)</li> <li>• пляж на крыше с баром, лежаками и джакузи (в Екатеринбурге, работает в летний период)</li> </ul> <p>Семейный отдых: аквапарк – идеальное место для семейного отдыха, куда хочется ходить 2 раза в месяц</p> <p>Туристический отдых: аквапарк – туристическая достопримечательность, обязательная к посещению.</p> <p>Спецпредложения: в аквапарке есть спецпредложение для каждого:          2+1 (2 родителя + 1 ребенок бесплатно)          2+2 (2 родителя 2 ребенка по спец цене)          Большая семья (многодетные)          Студенты          Инвалиды/пенсионеры</p>
---	---

<b>Цель РК</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Привлечение ежемесячного трафика: Екатеринбург 70 000 человек. Оренбург 45 000 человек.</li> <li>• Формирование имиджа аквапарка, как одной из главных достопримечательностей Екатеринбурга/Оренбурга.</li> <li>• Формирование восприятия аквапарка у жителей Екатеринбурга и Оренбурга, как самого оптимального места для семейного отдыха, которое хочется посещать минимум 2 раза в месяц.</li> <li>• Показать доброжелательность аквапарка и заботу о каждом госте. Открытость руководства и персонала.</li> <li>• Убрать страх и сформировать устойчивое мнение о чистоте воды и помещений аквапарка.</li> </ul>
<b>Тип рекламной кампании</b>	Стимулирующая (побуждение к покупке)
	Брендовая (узнаваемость марки)
<b>Целевая аудитория кампании</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Индивидуальные клиенты: М+Ж 24-45. В браке, есть дети. Школьники. Студенты.</li> <li>• Приезжие из городов-спутников и соседних областей; люди, находящиеся в отпуске, но проводящие его в городе.</li> <li>• Гости нашего города</li> </ul>
	Корпоративные клиенты: сотрудники компаний, ВУЗы, школы
<b>Средний чек</b>	Екб. - 1300 руб. Орб. – 1050 руб. Покупки: билет + продукты питания в барах.
<b>Основные барьеры потребителей</b>	Мнения, которые необходимо опровергнуть: вода грязная, билеты дорогие, травмоопасно, долго переодевать детей, проще в «сухое» место сходить.

<p><b>Описание продукта на сегодняшний день.</b></p> <p><b>Планы по модернизации и изменениям / дополнениям</b></p>	<p>Лимпопо Екатеринбург – это большой аквапарк с развлечениями для всех возрастов. Весело и детям, и взрослым. Водные аттракционы, бассейны, банный комплекс, водолечение и СПА, развлекательные программы и спортивные мероприятия по расписанию, 5 кафе с разнообразной кухней.</p> <p>9 водных аттракционов (6 взрослых, 3 детских), 17 горок общей длиной более 550 метров, 12 бассейнов (в том числе гидромассажные бассейны), 2 водопада, джакузи. Плавательный бассейн с оздоровительными секциями для детей и взрослых.</p> <p>Лимпопо Оренбург – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5 водных горок (2 взрослых, 3 семейных) общей длиной более 600 метров,</li> <li>- детский игровой городок Аквабашня с 3 горками,</li> <li>- волновой бассейн и тихая река,</li> <li>- одна из самых больших джакузи в России,</li> <li>- 3 сауны с разной температурой,</li> <li>- турецкий хаммам,</li> <li>- ледяная купель,</li> <li>- водопад,</li> <li>- 2 бара с разнообразным меню и места для отдыха.</li> </ul> <p><b>В планах на 2020:</b></p> <p><b>VR –аттракцион для двух аквапарков.</b></p> <p><b>Екатеринбург: масштабное обновление системы очистки воды, обновление детской зоны (возможно установка новых горок), совершенствование меню, повышение комфортности пребывания в аквазоне (локальные джакузи и т.п.), улучшение качества и объема услуг</b></p> <p><b>Оренбург: новые услуги SPA, массажные кабинеты, установка бесплатных соляриев, обновление детской зоны (возможно установка новых горок).</b></p> <p><b>(ВАЖНО: это должно быть отражено в креативной стратегии)</b></p>
<p><b>Наличие сезонности продаж</b></p>	<p>Январь, июнь, июль, август – высокий спрос. Сентябрь, декабрь – самый низкий спрос.</p>
<p><b>Местоположение</b></p>	<p>Г. Екатеринбург. Щербакова, 2</p> <p>Г. Оренбург, Салмышская, 71</p>
<p><b>Территориальный охват рекламной кампании</b></p>	<p>Екатеринбург + Свердловская область, Челябинская, Пермь, Тюмень, Нижний Тагил.</p> <p>Оренбург + Оренбургская Область, Уфа, Салават, Стерлитамак, Бузулук, Шарлык, Новотроицк, Соль-Илецк, Гай, Орск.</p>

<b>Конкуренты</b>	Центры детских развлечений: кинотеатры, игровые комнаты, лазертаг и т.д.
	Екатеринбург: Баден-Баден Уктус, Белая Лошадь, Планета Игрик, Разгон, Океанариум, аквапарк «ЛетоЛето» в г. Тюмень
	Оренбург: Тасмания, парк Zhooki, Батутный парк Отрыв, Детская зона в Армаде, Crazy Park, Космополис, Фордбоярд, Антигравити
<b>Предпочтения в выборе рекламных носителей</b>  (указать название)	Охватные, с возможностью таргетинга/ретаргетинга, с возможностью аналитики
	Основной упор на интернет-продвижение
	Способные дать быстрый результат, измеряемый в увеличении офлайн-трафика
<b>Наличие готовых рекламных материалов</b>	Уникальное название «Лимпопо»
	Логотип
<b>Сроки рекламной кампании</b>	2020 год
<b>Бюджет рекламной кампании</b>	До 10 800 000 руб./год на Екатеринбург
	До 8 400 000 руб./год на Оренбург
<b>Дата старта рекламной кампании</b>	1.01.2020 г.
<b>Пожелания</b>	Сразу продумать, сколько и каких дополнительных ресурсов потребуется: макеты, призы, ролики, картинки и т.д.
	Вывести аквапарки в класс местных достопримечательностей, обязательных к посещению!
	Зародить в жителях Екатеринбурга и Оренбурга мысль о том, что аквапарк – это веселый и полезный отдых, который должен быть минимум 1 раз в месяц.
<b>Ожидания от участников:</b>	Презентация общего видения рекламной кампании на 2020 год
	Стоимость ежемесячно, разбитую по каналам
	Обоснование эффективности рекламных каналов для продвижения аквапарков
	Презентация общего видения креативной составляющей
	Презентация ваших мощностей рекламных размещений, возможностей в закупке рекламных носителей

<p><b>План работ</b></p>	<p>Креативная стратегия (готовность креативной стратегии 13.01.2020):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Аналитика ЦА и РК конкурентов</li> <li>• Разработка рабочих направлений</li> <li>• Отбор идей, разработка сообщений и визуалов</li> <li>• Представление концепции</li> <li>• Финальная проработка</li> </ul> <p>PR-стратегия (готовность PR-плана 13.01.2020):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализ и подбор PR-инструментов</li> <li>• Разработка вариантов стратегии</li> <li>• Предоставление PR-плана</li> <li>• Реализация согласно графику</li> </ul> <p>Медиастратегия (готовность медиастратегии 13.01.2020):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализ ЦА и стратегии размещения конкурентов</li> <li>• Определение веса рекламного воздействия и медиаканалов</li> <li>• Определение тактики и тайминга по носителям и флайтам</li> <li>• Размещение</li> <li>• Результат в прогнозном КРІ</li> <li>• Анализ проведенной кампании</li> </ul>
<p><b>Дополнительная информация</b></p>	<p>Управляющая компания «МОЛЛИНО Менеджмент» готова всячески способствовать увеличению эффективности рекламной кампании аквапарков «Лимпопо», в частности – совместно с рекламными агентствами генерировать новые продукты, тарифы и многое другое.</p>

**Контакты для связи:**

Анастасия Лапшина

Ведущий менеджер по рекламным проектам

8 (343) 253 71 30

[marketing@mallino.ru](mailto:marketing@mallino.ru)