МЕДИА ПЛАН 2020

РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ОКТЯБРЬСКОГО РАЙОНА

1 ЭТАП: ПОДГОТОВКА

	Мероприятие	Кол-во	Стоимость, тыс.руб.	Ответственный	Срок
Подготовка					
	Анализ продукта, конкурентов, ситуации на туристическом рынке РФ	1	100	маркетинговое агентство	янв.20
	Провести территориальное сегментирование, основанное на анализе конкурентов. Задача: узнать какие районы России наиболее часто интересуются аналогичными турами	1	50	маркетинговое агентство	янв.20
	Создать список объектов	1	0	МБУК "Музейно - выставочный центр"	янв.20
	Создать инсталяции для каждого объкта	не менее 10	1 000	МБУК "Музейно - выставочный центр", Администрация	январь-февраль 2020, установка мар 2020
	Разместить информационные указатели на объктах	не менее 20	350	МБУК "Музейно - выставочный центр", Администрация, РА	янв.20
	Сформировать план масштабных мероприятий на 2020 год	1	0	МБУК "Музейно - выставочный центр", Администрация	янв.20
	Сформировать туры по направлениям и график:	1	0	МУП	янв.20
	- экскурсионный туризм				
	- научно-познавательный туризм				
	- энергетический туризм				
	- событийный туризм				
	Сформировать политику ценообразования по турам, с учетом комиссии для турагентств и страховки	1	0	МУП	янв.20
	Написать имиджевые посылы для каждого тура	1	20	маркетинговое агентство	янв.20
	Утвердить туристические маршруты:	1	0	Администрация	янв.20
	Заключить договор на создание и поддержку информационных туристических ресурсов:			маркетинговое агентство	январь-март 2020
	- создать youtube канал	1			доработка в течени всего года по факту поступления материалов
	- www.sever-tour.ru или koda-tour.ru	1	250		
	- группу в ВК (можно использовать Кода-тур)	1	50		
	- группу в ФБ	1	50		
	- аккаунт в Инстаграм	1	50		
	- группу в ОК	1	50		
	- Твиттер	1	30		
	- группа закрытая	1			
	- группа Вконтакте при поддержке Администрации, позиционирующая себя, как независимое СМИ, типа Подслушано в Октябрьском, Афиша Октябрьское, Жизн Октябрьском. Группа создается для участия населения жизни района	1	0	Подрядчик	янв.20

1 ЭТАП: ПОДГОТОВКА

	Подготовить и обработать информационные материалы:				янв.20
	- фото	не менее 500	100	МБУК "Музейно - выставочный центр", маркетинговое агентство	
	- описания объектов	не менее 10	50	МБУК "Музейно - выставочный центр", маркетинговое агентство - корректировка	
	- описания туров	не менее 5	50	МБУК "Музейно - выставочный центр", маркетинговое агентство - корректировка	
	- информацию о доставке	1	0	МБУК "Музейно - выставочный центр"	
	- информацию о размещении	1	0	МБУК "Музейно - выставочный центр"	
	- карту точек питания	1	5	МБУК "Музейно - выставочный центр", маркетинговое агентство - дизайн	
	- карту информационных объектов	1	5	МБУК "Музейно - выставочный центр", маркетинговое агентство - дизайн	
	Создать МУП, который будет выступать принимающей стороной	1	0	Администрация, маркетинговое агентство - консультационные услуги	янв.20
	Заключить договора с туроператорами, ИП и частными лицами	не менее 50	10	Туроператор	январь-декабрь 2020
	Подготовить печатную продукцию	не менее 100 000 экз.	6 000	маркетинговое агентство	март-апрель 2020
	- каталоги-туроператорам				
	- буклеты-туристам				
	- открытки, календарики для продажи туристам				
	Подготовить сувенирную продукцию	не менее 10 000 экз.	400	маркетинговое агентство	март-апрель 2020
	Привлечь инвесторов для расширения транспортной сети для туристов.	1	0	Администрация	январь-март 2020

2 ЭТАП: ЗАПУСК

Запуск					
	Разместить информацию о турах в Интернет, СМИ				
	Интернет				
	Разместить информацию на официальных сайтах Минкульт, Ростуризм	не менее 5	5	маркетинговое агентство	ежемесячно, начиная с марта
	Разместить информацию на сайтах каталогах (kudarf.ru, make-trip.ru, www.tripadvisor.ru и др.)	не менее 1000	1 000		ежемесячно, начиная с марта
	Разместить информацию на сайтах-туроператоров	не менее 1000	1 000		ежемесячно, начиная с марта
	Разместить информацию в туристических блогах	не менее 30	450		ежемесячно, начиная с марта
	Разместить информацию в каналах продаж (Booking.com, Ostrovok.ru, Expedia, 101hotel, Алеан и др.):	не менее 10 каналов, не менее 2 объектов	20		фев.20
	СМИ				
	Разместить новости в федеральных печатных изданиях	не менее 10	450	маркетинговое агентство	ежемесячно, начиная с марта
	Разместить новости в федеральных интернет-изданиях	не менее 10	200		ежемесячно, начиная с марта
	Разместить новости в региональных печатных изданиях	не менее 30	1 000		ежемесячно, начиная с марта
	Разместить новости в региональных интернет-изданиях	не менее 50	750		ежемесячно, начиная с марта
	Создать фильм о турах в Октябрьское и разместить на каналах:				май.20
	- Россия 1	1	600		
	- Пятница	1	400		
	- ТВЗ	1	400		
	- моя планета (Звезда)	1	400		
	- каналы Москвы	2	400		

2 ЭТАП: ЗАПУСК

	Блогеры				
	Провести туристическую поездку для блогеров (не менее 10 блогеров-участников)	2	250	МУП	июн.20
	Постоянное спонсорство рубрик или размещение информации у блогеров	не менее 5	250	маркетинговое агентство совместно с МБУК "Музейно - выставочный центр"	май-октябрь 2020
	PR-мероприятия				
	Участие в премии World Travel Awards	1	200	маркетинговое агентство совместно с МБУК "Музейно - выставочный центр"	ноя.20
	Best Event Awards World	1	200		ноя.20
	Лидеры туриндустрии	1	200		ноя.20
	Участие в выставках				
	Интурмаркет (Москва) 12-14 марта 2020	1	800	маркетинговое агентство совместно с МБУК "Музейно - выставочный центр"	мар.20
	Турист.Охотник.Рыболов (Волгоград) 15-19 апреля 2020	1	500		апр.20
	Лето 2020 (Екатеринбург) 3-4 апреля 2020	1	400		апр.20
	Форум туриндустрии 2020 (Уфа) 18-21 ноября	1	400		ноя.20

3 ЭТАП: РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ

Реализация стратегии					
	Обеспечение туристов трансфером			Администрация	постоянно
	Обучение и лицензирование экскурсоводов и гидов	10	50	МБУК "Музейно - выставочный центр"	май.20
	Вирусный маркетинг в соц.сетях	не менее 3 акций	210	маркетинговое агентство совместно с МБУК "Музейно - выставочный центр"	постоянно
	Прямые трансляции с фестивалей и знаковых событий	не менее 10	500		постоянно
	Размещение фотоотчетов	не менее 20	50		постоянно
	Сбор отзывов и обратной связи от туристов и их публикации	не менее 300	1 000		постоянно
Подведение итогов					
	Статистическая составляющая	1	0	маркетинговое агентство совместно с МБУК "Музейно - выставочный центр"	ежеквартально
	Экономическая составляющая	1	0		ежеквартально
	Социальные данные	1	0		ежеквартально
Прочие			**500**		
Сопровождение 10% от бюджета, не менее 2000 тыс.руб.			**2000**		
Итого:			**23 205**		

Мы надеемся, что мы помогли вам понять ключевые элементы стратегии развития Октябрьского района, и вы получите удовольствие, создавая еще одну яркую страничку в истории района.