

Образец № 10

Наименование на участника:  
"МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП" ООД

Седалище по регистрация:  
гр. София, бул. "Джеймс Баучер" 18

BG22FINV915010BGN09SIV

банков код № FINVBGSF

Банка: Първа инвестиционна банка АД - София

Булстат (ЕИК) номер: 131347103

Точен адрес за кореспонденция:  
1463 София ул. "Христо Стамболски" 3 ет.2

Телефонен номер: 400 94 71

Факс номер: 400 94 02

Лице за контакти: Диана Йорданова  
e-mail: dianna.jordanova@havasmedia.bg

**ДО  
КМЕТА НА ОБЩИНА РУСЕ**

### **ТЕХНИЧЕСКО ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

#### **ЗА УЧАСТИЕ В ОТКРИТА ПРОЦЕДУРА ЗА ВЪЗЛАГАНЕ НА ОБЩЕСТВЕНА ПОРЪЧКА С ПРЕДМЕТ:**

**Избор на изпълнител за публичност в срока на устойчивост на проект „Реки на времето“ и маркетинг и реклама на създадените туристически продукти**

**УВАЖАЕМИ ДАМИ И ГОСПОДА,**

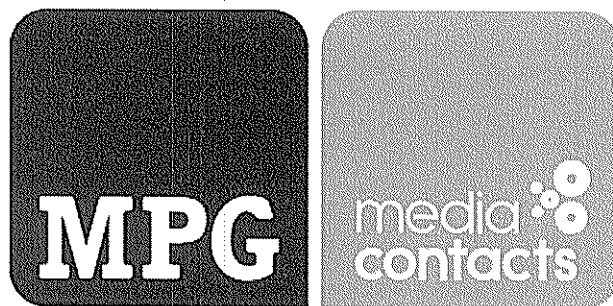
С настоящото, Ви представяме нашето техническо предложение за изпълнение на обявената от Вас процедура за възлагане на обществена поръчка с предмет: **Избор на изпълнител за публичност в срока на устойчивост на проект „Реки на времето“ и маркетинг и реклама на създадените туристически продукти**

## СТРУКТУРА НА ТЕХНИЧЕСКО ПРЕДЛОЖЕНИЕ

1. Представяне на участника
2. Публикуване на статии в специализирани чуждестранни издания
3. Рекламни банери във водещи електронни платформи, PR публикации във водещи електронни платформи, кампания с поместване на рекламни текстови линкове в световни интернет-търсещи машини и водещи социални медии/мрежи
4. Кампания с безплатни приложения за социални мрежи с игрови и социални елементи
5. Кампания с платена реклама по национални телевизионни канали
6. Кампания с платена реклама по национални радиостанции
7. Планиране, изработване и реализиране на рекламна кампания- външна реклама
8. Разработване на рекламна визия за билборд реклама, рекламни карета за публикуване в специализирани туристически издания, рекламни банери

## 1. ПРЕДСТАВЯНЕ НА УЧАСТНИКА

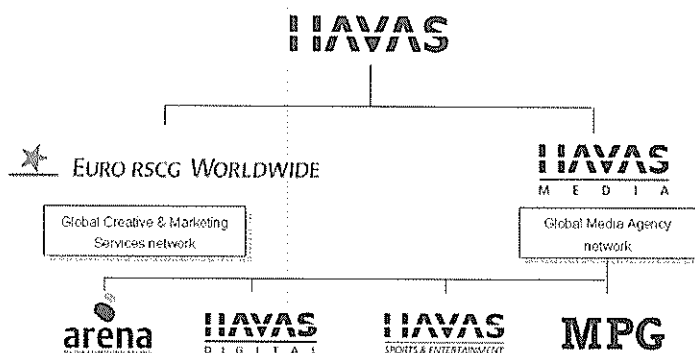
За целите на успешното изпълнение на обществена поръчка с предмет **“Публичност в срока на устойчивост на проект „Реки на времето” и маркетинг и реклама на създадените туристически продукти”**, прилагаме представяне на ресурсните и организационните възможности на участника – **“МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП” ООД.**



Leading new thinking.

**„Медиа Планинг Груп”** е една от водещите рекламни и ПР агенции в България, част от международна медийна група – Media Planning Group (HAVAS MEDIA).

Media Planning Group е глобална мрежа, собственост на шестата по големина в света комуникационна група Havas. Компанията е лидер в сферата на медийното обслужване в Европа и развива клонова мрежа от офиси в целия свят.



Media Planning Group е създадена през 1978 г. и продължава да се разраства и днес в над 100 страни на 5 континента. Компанията работи с над 1000 клиента чрез

гъвкава екипна мрежа, синхронизирана благодарение на методиката на работа ConcertTM.



В България „**Медиа Планинг Груп**“ е създадена през 2004 г., като независима медия агенция от клон на „Еуро Ар Ес Си Джи“ София, част от групата компании Navas Media. Агенцията предлага интелигентни медийни решения на водещи международни и български марки.

„**Медиа Планинг Груп**“ съсредоточава усилията си върху разширяване на портфолиото от услуги, включително върху развиване на интерактивния маркетинг, следвайки актуалните тенденции в сферата на маркетинговите комуникации в световен мащаб.

### Обхват на услугите



## Стратегия

- ✓ Цялостно организиране и провеждане на международни и национални рекламно-информационни кампании за клиенти от публичния сектор;
- ✓ Дефиниция и анализ на целевата група - индекс на потребление и поведение;
- ✓ Бюджетни препоръки - определяне на нивото на инвестиции за увеличаване на възвръщаемостта им;
- ✓ Творчески медия микс според медийното развитие и ситуация на пазара;
- ✓ Информация за аудиторията – медийни предпочитания, превключване, нови медия предпочитания;
- ✓ Планиране на стратегически комуникации;
- ✓ Препоръки за оптимизация на медийната стратегия с цел повишаване на продажбите и информираността на потребителите за бранда.

## **PR**

- ✓ PR стратегии и програми;
- ✓ Управление на PR кампании и анализ на резултатите;
- ✓ Анализ на нагласи и обществено мнение;
- ✓ Организиране на събития;
- ✓ Публичност и лобизъм.

## **Медиа планиране**

- ✓ Оптимизация на резултатите – обхват, честота, GRP;
- ✓ Количествен и качествен анализ;
- ✓ Тактическо медия планиране;
- ✓ Креативно медия потребление;
- ✓ Подробна ценова карта срещу ефективност;
- ✓ Общ преглед на бюджет;
- ✓ Медиа купуване.

## **Преговори и директни сделки с медийни канали**

- ✓ Контрол на кампаниите по медии;
- ✓ Медия купуване;
- ✓ Оптимизация на тактическите преговори при закупуване и изготвяне на ценови оферти на рекламодателите;
- ✓ Анализ по проекти;

- ✓ Подробни Post-Buy анализи;
- ✓ Специални позиции;

### **Анализи на микро и макроикономическата среда**

- ✓ Актуални данни, диаграми и анализи;
- ✓ Пазарен анализ – позициониране, анализ на конкурентни меркетинг стратегии, SWOT анализ, тенденции в пазарният сегмент;
- ✓ Медийно присъствие на конкурентите – комуникационни стратегии, разпределение на медиите по канали, ефективност на медийните разходи спрямо продажбите, пътища за бъдещо развитие.

### **Други услуги**

- ✓ Медия Консулт – актуални данни/ медийно потребление/ медия анализи;
- ✓ Спортен маркетинг.

### **Портофолио клиенти на “Медиа Планинг Груп” ООД**



## **Предишен опит на "Медиа Планинг Груп" в изпълнението на подобни поръчки**

"Медиа Планинг Груп" ООД има богат опит в областта на реализиране на проекти, финансирани с подкрепата на Оперативна програма „Регионално развитие 2007-2013г.“, Оперативна програма "Развитие на човешките ресурси 2007-2013г.", Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013г.“.

Като водещ партньор в консорциума ДЗЗД „България Травъл 2010“, "Медиа Планинг Груп" ООД изпълни проекта „Доразвиване на официалната туристическа страница на България [www.bulgariatravel.org](http://www.bulgariatravel.org) и създаване на мултимедиен каталог на туристически обекти (атракции) маршрути“.

Компанията реализира успешно и проекта: „Провеждане на рекламна кампания на пазар Великобритания“. И двата проекта са осъществени по Схема за безвъзмездна финансова помощ BG161PO001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване“ по ОП „Регионално развитие“ 2007-2013 г.

Като водещ партньор в консорциум ДЗЗД „Медиа Експерт Груп 2011“, "Медиа Планинг Груп" ООД реализира договори с Министерство на здравеопазването за изпълнение на обществени поръчки за реализиране на „Национална здравна кампания, насочена към намаляване употребата на готварска сол“, „Национална здравна кампания, насочена към намаляване употребата на психотропни вещества сред младите хора“, „Национална кампания срещу тютюнопушенето“, „Национална кампания за ограничаване на производствения травматизъм“, „Национална кампания за ограничаване на битовия травматизъм“, „Национална кампания за ограничаване на транспортния травматизъм“ в изпълнение на проект BG051PO001-5.3.01-0001-C0001 „Информирани и здрави“ по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси 2007-2013 г.

Като част от ДЗЗД "България Травъл 2012", "Медиа Планинг Груп" ООД успешно изпълнява няколко обществени поръчки в сферата на туристическия маркетинг в регионален аспект, а именно:

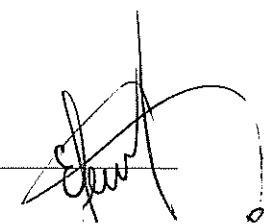
- ✓ Обществена поръчка с предмет „Избор на изпълнител за публичност на проект „Реки на времето“ и маркетинг и реклама на създадените туристически продукти“ за **Община Русе**;
- ✓ Обществена поръчка с предмет „Изработване на туристически продукти и пакети и изпълнение на дейности за осигуряване на информация и публичност по „Туристически район „Рила““



Обособена позиция № 1 с предмет: „Изработване на туристически продукти и пакети“ и Обособена позиция № 2 с предмет: „Изпълнение на дейности за осигуряване на информация и публичност по проект „Туристически район „Рила““ за **Община Дупница**;

- ✓ Обществена поръчка с предмет „Изработване на туристически пакети, предварително тестване на концепцията за продуктите, тестването на маркетинга на продукта, изработване и разпространение на информационни маркетингови и рекламни материали, реклама в медиите, и изпълнение на дейности по информиране, публичност и визуална идентификация на проекта“ за **Община Монтана**;
- ✓ „Изработване и разпространение на информационни, маркетингови и рекламни материали, реклама в медиите, предоставяне на консултации; изработване на туристически пакети рекламна стратегия и продуктово позициониране, и изпълнение на дейности по информиране, публичност и визуална идентификация на проекта“ за **Община Габрово**;
- ✓ Обществена поръчка по две обособени позиции, както следва: Обособена позиция №1- Мерки за маркетинг и реклама на създадените туристически продукти, за проект „Създаване на регионален туристически продукт в общините Столична, Ихтиман и Своге“, съгласно апликационната форма на проекта“; Обособена позиция №2- „Осъществяване на комплексна консултантска услуга за разработване на туристически пакети или диверсификация на съществуващите, и рекламна стратегия и продуктово позициониране по проект „ Създаване на регионален туристически продукт в общините Столична, Ихтиман и Своге“ за **Община София**;
- ✓ Обществена поръчка с предмет „Изработване и разпространение на информационни, маркетингови и рекламни материали, реклама в медиите и предоставяне на консултации, във връзка с проект „Бяло, пурпурно, синьо, зелено – следите на вечността. Утвърждаване образа на региона като уникална туристическа дестинация на националния и международен пазар“ за **Община Велико Търново**.

Като партньор на „Файненшъл Таймс“ и част от консорциум „**Файненшъл Таймс Лимитед**“/ **Медиа Планинг Груп**“, агенция „Медиа Планинг Груп“ ООД изпълнява обществена поръчка с предмет: „**Провеждане на 3 международни конференции от световна бизнес медия и 9 кръгли маси под формата на работни обяди или работни вечери с водещи инвеститори в определени сектори**“, с Възложител - **Българската Агенция за Инвестиции**.





Целта на проекта беше насочена към увеличаване обема на преките чужди инвестиции и икономическия ефект от тях, както и подобряване на бизнес средата в България за вземане на инвестиционни решения. В рамките на изпълнението на поръчката са осъществени общо 12 инвестиционни събития - 3 международни конференции и 9 кръгли маси в Европа, САЩ и Азия, последвани от медийна кампания, представяща инвестиционните предимства и приоритети на България.

**“Медиа Планинг Груп” ООД е изпълнител на обществена поръчка на Министерство на туризма** – проект с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” (2007-2013) по Схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ BG 161 PO001/3.3-01/2008-001 “Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване” - „Осъществяване на интегрирани комуникационни кампании на целеви пазари Германия, Русия, Румъния, Украйна, Полша и Швеция по шест обособени позиции” – Позиция 1 – Осъществяване на комуникационна кампания на пазар Германия, Позиция 5 - Осъществяване на комуникационна кампания на пазар Полша, Позиция 6 - Осъществяване на комуникационна кампания на пазар Швеция. По гореспоменатата обществена поръчка бяха реализирани медийни и ПР дейности на пазари Германия, Швеция и Полша с цел популяризиране на България като туристическа дестинация.

## 2. ПУБЛИКУВАНЕ НА СТАТИИ В СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИЗДАНИЯ

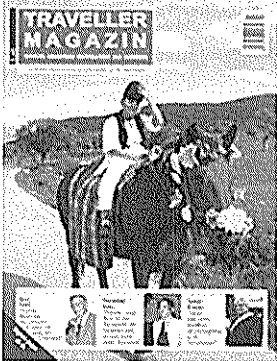
### 2.1. Избор и аргументация на специализирани чуждестранни издания

С цел популяризиране на проекта в по-голяма степен, обхващайки всички целеви групи, в това число и англоезичния пазар, предлагаме следното издание за публикуване на статии, промотиращи туристически продукт „Реки на времето“ - сп. „**Travel Weekly**“. Предложеното издание отговаря на изискванията по Техническо задание – **англоезично специализирано туристическо издание с тираж 26 000 броя**, което надвишава заложените параметри по Техническо задание, а именно издание с тираж над 20 000. В допълнение, изданието е доказан и предпочитан източник на информация сред целевите аудитории по отношение на теми, свързани с туризъм и пътуване.

<b>СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИЗДАНИЯ - ВЕЛИКОБРИТАНИЯ</b>		
	<b>TRAVEL WEEKLY</b> Тираж – <b>26 000 бр.</b>	<b>Travel Weekly</b> Travel Weekly и TravelWeekly.com са най-влиятелните новинарски ресурси за туристическата индустрия. Чрез мултимедийно портфолио от продукти, Travel Weekly и TravelWeekly.com предоставят всички актуални новини, анализи и проучвания, които са необходими на интересуващите се от туристическия бранш. В бързо променящия се и конкурентен пазар, Travel Weekly и TravelWeekly.com предоставят в областта на туризма необходимата глобална перспектива чрез задълбочено покритие на всички бизнес сектори от сферата на туризма, включително самолетен транспорт, наемане на автомобили, круизи, дестинации, хотели и тур оператори, както и технологични, икономически и правителствени

		въпроси. Чрез водещата си позиция и ключови партньорства в индустрията, Travel Weekly се позиционира като най-влиятелното издание в индустрията. Сред основните му абонати са: туристически агенции, вътрешно-базирани туристически агенти, тур оператори, хотели с 200 или повече стаи, хотели с по-малко от 200 стаи, доставчици в туристическата индустрия, корпорации, правителства или асоциации/организации с нестопанска цел.
--	--	--

С цел обхващане на целевата аудитория, която включва и румънски граждани, които често пътуват до България за почивка и по работа, предлагаме публикуване на статии в специализираното туристическо издание „**Traveller Magazin**” - Румъния. Изданието отговаря на изискванията, посочени в Техническото задание, и би изпълнило основните цели на проекта, а именно да промотира бранда пред целевите аудитории на територията на Румъния. То е популярно туристическо издание в Румъния, доказано като достоверен източник на информация по теми, свързани с пътувания, и притежава стабилна и лоялна читателска аудитория.

<b>СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИЗДАНИЯ - РУМЪНИЯ</b>		
	<b>TRAVELLER MAGAZIN</b> Тираж – 20 000бр.	Traveller Magazin е издание, посветено туристическата индустрия в Румъния и по света, стартирало с нова концепция през Април 2004г. Списанието е насочено към сектора бизнес пътувания, съвместяващ хотелиерската индустрия и услугите в сферата на туризма. Неговите страници съдържат богата информация за местни и международни дестинации, за тяхното културно историческо


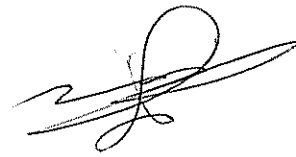


			<p>наследство. Авторите обръщат внимание на добри практики, допринесли за успешното развитие на туристическия бизнес.Неговите абонати са от частния и от публичния сектор – хора от ХОРЕКА сектора, университети, консултантски агенции. Разпространява се в посолства, световни и европейски организации, банки , застрахователни и инвестиционни компании. Traveller Magazin е предпочитано списание и заради страниците на английски в броя, в които са поместени акцентите от месеца.</p>
--	--	--	---



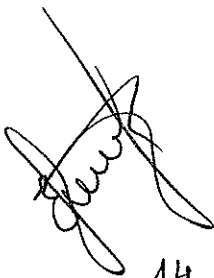
### 3.2. Медиа план

Прилагаме медиен план за провеждане на рекламна кампания в чуждестранни специализирани издания на територията на Великобритания и Румъния, като и двете издания, заложиени в плана, са предпочитан източник на информация по туристически теми. Съгласно Техническото задание, предвиждаме **публикуване на 3 цели пълноцветни страници в англоезично издание и 2 цели пълноцветни страници в румънско издание.**





**МЕДИА ПЛАН ЗА ПУБЛИКУВАНЕ НА СТАТИИ В  
СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИЗДАНИЯ**



*[Handwritten signature]*

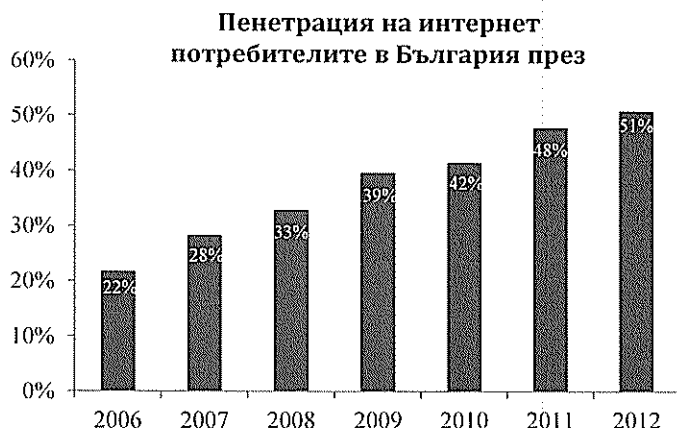
### **3. РЕКЛАМНИ БАНЕРИ ВЪВ ВОДЕЩИ ЕЛЕКТРОНИ ПЛАТФОРМИ, PR ПУБЛИКАЦИИ ВЪВ ВОДЕЩИ ЕЛЕКТРОННИ ПЛАТФОРМИ, КАМПАНИЯ С ПОМЕСТВАНЕ НА РЕКЛАМНИ ТЕКСТОВИ ЛИНКОВЕ В СВЕТОВНИ ИНТЕРНЕТ-ТЪРСЕЩИ МАШИНИ И ВОДЕЩИ СОЦИАЛНИ МЕДИИ/МРЕЖИ**

**В последните няколко години световната мрежа Интернет придобива все по-голяма популярност.** Интернет се явява не само средство за осъществяване на комуникации, а и начин за разпространение на информация, среда за сътрудничество и бизнес между милиони хора по цялата земя. Медията не спира да расте и да се развива, дори и във време на икономическата криза.

Сравнено с останалите медии, Интернет има следните предимства:

- ✓ **Хипертекстуални връзки**
  - ✓ **Комбиниране на текст, звук, картина и интерактивност от страна на потребителя**
  - ✓ **Дава възможност за моментална обратна връзка – форуми, чат, коментари**
  - ✓ **Позволява непрекъсната актуализация на информацията**
  - ✓ **Дава опция за ползване на различни нива на задълбоченост на информацията – кратка информация, нюзлетър, PR-публикация**
  - ✓ **Достигане с лекота до конкретни целеви групи**
- [Handwritten signature]*

И докато вестниците намаляват тиражите си, поради динамиката на събитията и статуса на „вчерашна новина“ на страниците на печатните издания, интернет медиите увеличават ежедневно импресиите, които генерират и повишават аудиторията си.

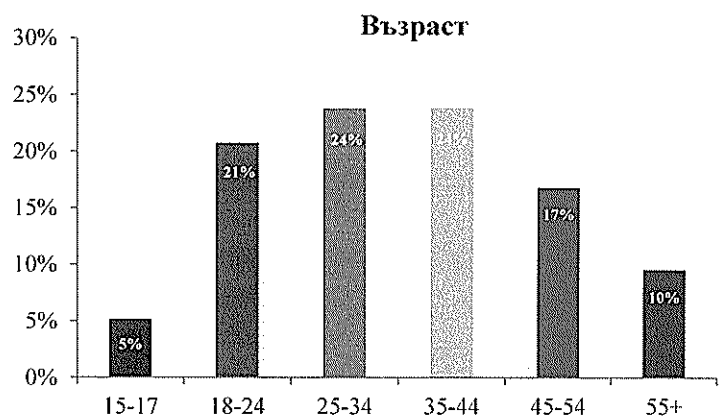
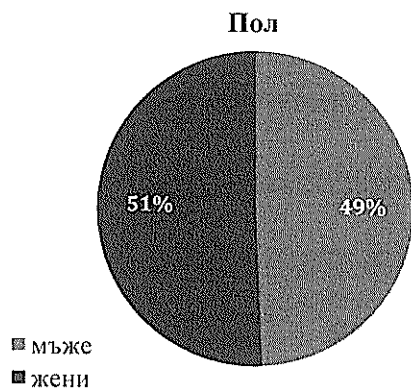


*[Handwritten signature]*

По данни на официалната онлайн метрика в страната Гемиус, потреблението на интернет у нас в края на 2012 г. е **3 750 456 интернет потребители, което е 51% от населението на България** (По НСИ към 31.11.1012, населението на страната е 7 327 224 души).

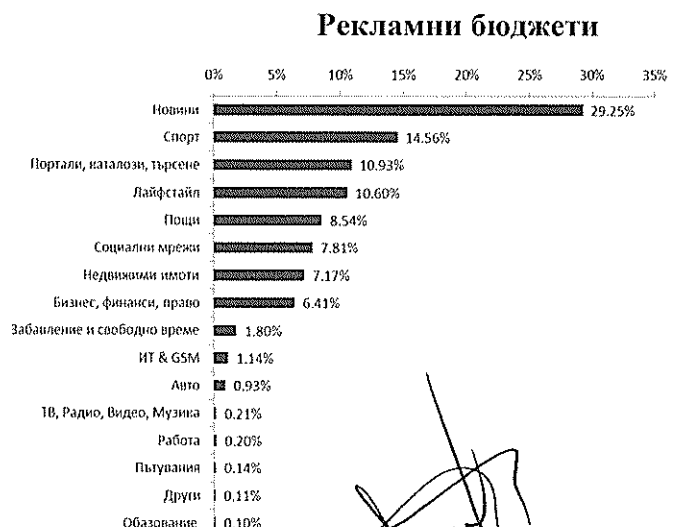
Всичко това показва, че онлайн медиите се превръщат в комуникационен канал, с който може да се достигне лесно до активното трудово население на страната и да се покрие точната целева група на всеки продукт, услуга или идея.

**Като доказателство, за това служат и следните две графики:**



Съотношението жени-мъже е почти равно, а най-активната възрастова група са хората в между 18-44 г. Това което прави впечатление е, че през последните години се увеличава и процента на онлайн потребителите над 55 г.

При тази извадка, трябва да се има предвид, че поради законовото ограничение за проследяване на малолетните, най-младите интернет потребители, за които всъщност мрежата е основна част от живота, не са част от статистиката.





Статистиките показват, че новинарските и информационни сайтове и портали са вторите най-посещавани в българското онлайн пространство. В същото време те са тези, които акумулират най-много бюджети от страна на рекламодателите.

Именно заради това, **за целите на проекта „Реки на времето“ и популяризирането на бранда пред широка аудитория**, сме позиционирали рекламното присъствие в интернет медии основно в новинарски продукти. За да имаме покритие и на най-заинтересованата от туризъм целева група, сме включили в медиа микса и туристически сайтове.

### **3.1. Кампания с рекламни банери във водещи електронни платформи**

**Рекламната кампания във водещи електронни платформи, промотираща туристически продукт „Реки на времето“, е заложена както е по Техническо задание в по 2 водещи сайта за всеки от изисканите езикови пазари – български, английски, немски и румънски език.**

Рекламното присъствие е позиционирано в тясно специализирани туристически сайтове и в туристически сектори на новинарски сайтове. Кампанията е планирана с **интензитет на ротацията 30% и с продължителност 1 месец**. Изборът на сайтовете е съобразен с това да има максималко покритие на целевата аудитория за съответния пазар.

С цел по-голямо покритие на целевата група, кампанията е таргетирана да се показва само на IP-адреси от съответния регион, т.е. рекламата в българските сайтове ще бъде показвана само на хора, намиращи се в България, рекламата в английски сайтове – само на хора, намиращи се в Англия, рекламата в немски сайтове – само на хора, намиращи се в Германия и рекламата в румънски сайтове – само на хора, намиращи се в Румъния. По този начин, гарантираме че адаптираното послание, спрямо конкретен регион, ще достигне само до хората, за които е предназначено, като така оптимизираме кампанията и гарантираме постигането на заложените очаквани резултати в по-голяма степен. Таргетирането на кампанията позволява да насочим конкретни послания, така че те да достигнат до потребителите, за които те са предназначение – а именно хора с интерес към пътувания и туризъм, и по-конкретно пътуване и туризъм в България и Русе.

## Български сайтове

Изборът ни за популяризиране на бранда „Реки на времето“ в български електронни медии включва двата най-големи новинарски информационни портала – **vesti.bg** и **dnes.bg**, които имат и много добре развити туристически подсекции.



**Vesti.bg** е най-големият информационен сайт в България, който се ползва с доверието на повече от 200 000 души на ден, които виждат в него източник на надеждна и достоверна информация.

Vesti.bg се отличава с добър баланс между сериозна журналистика и развлекателни новини; адекватен подбор на теми, любопитна и полезна информация за широката публика от отговорен редакторски екип.

Сайтът прави над 16 000 000 импресии месечно, и има 750 000 уникални потребители на месец.



**Dnes.bg** е вторият по големина информационен електронен източник в българското интернет пространство. Той е източник на сериозни и развлекателни новини, поднесени със собствен стил, като това са теми от България и света, политика, шоубизнес, изкуство, технологии, туризъм, уникални авторски рубрики и справочна информация - тв програмата, времето, хороскопи, възможност за слушане на радио

онлайн.

Сайтът прави над 19 000 000 импресии месечно от близо 600 000 уникални потребители.

Двете електронни медии, в комбиниран медиа микс, покриват огромна част от интернет аудиторията на България, посрещайки нуждата им от разнообразна и актуална информация.

## Англоезични платформи

При англоезичните електронни медии, сме заложили присъствие в най-големите платформи в сферата на новините и туризма, съответно - [telegraph.co.uk](http://telegraph.co.uk) и [tripadvisor.co.uk](http://tripadvisor.co.uk).



**Telegraph.co.uk** се трансформира като водеща онлайн медия във Великобритания с най-бързо развиващ се сайт в Обединеното кралство, която предлага най-разнообразни и вълнуващи новини и статии на различни теми.

Специфичното за сайта е, че има много лоялна аудитория.

Месечно потребителите на Телеграф News са 1 704 000. 61% от тях са мъже.



**TripAdvisor.co.uk** е най-големият сайт за пътуване в света, който дава възможност на пътниците да планират своята почивка.

TripAdvisor предлага достоверни съвети от реални туристи и голямо разнообразие от туристически избор и планиране с директни връзки към резервационна система.

Този сайт е събрал в себе си най-голямата туристическа общност в света, с повече от 60 милиона уникални посетители месечно, и над 75 милиона мнения и становища. Сайтът работи в 30 страни, което осигурява достъп на туристическата индустрия до милиони TripAdvisor посетители месечно.

## Румънски платформи

С цел достигане до най-широк кръг от аудитория на румънския пазар, в медиа планирането са заложили двата най-популярни сайта за новини и туризъм в Румъния - **stirileprotv.ro** и **infoturism.ro**.



**Stirileprotv.ro** е най-големия новинарски сайт в Румъния. Той е източник на новини, информация и развлечения с най-високо качество. Целта на медиата е да бъде безпристрастна и да се отнася към аудиторията и партньорите справедливо и отговорно.

Новинарските статии следват журналистически правила, представящи реалността точно и обективно. Репутацията на сайта се основава на комбинацията от

професионално поведение и етика на журналистите. Сайтът прави по 1 500 000 импресии на ден, от 650 000 уникални потребители.



**Infoturism.ro** е един от най-популярните сайтове за туризъм в Румъния. Сайтът е специализиран в организирането на пътувания в страната и близки до страната локации.

Infoturism.ro прави по 15 000 импресии дневно, от близо 5 000 уникални потребители.

## Немски платформи

При немските електронни медии, сме заложили присъствие в лидерите в сферата на новините и туризма, съответно - **spiegel.de** и **expedia.de**.



**Spiegel.de** е водещият сайт за новини в Германия. Предоставя бърза, навременна, и точна информация.

Със своя силен редакторски екип предлага новини, мнения, анализи и интервюта - в зависимост от информационния поток от 120 статии и около 20 видеоклипа на ден. Журналистическият отдел отговаря и за медийното присъствие на Spiegel Online в най-големите социални мрежи.



**Expedia.de** е най-популярният онлайн доставчик за пътуване. Стига до почти 19 милиона уникални потребители на месец само в САЩ и над 49 милиона по целия свят.

В Германия сайтът има над 1 600 000 уникални посетители месечно – хора, обичащи да пътуват и да опознават нови места.

### **3.2. Кампания с PR публикации във водещи електронни платформи на английски, немски и български език**

PR кампаниите в онлайн издания се отличават с много висока ефективност. Добре планирани като съдържание и комуникация, те могат да имат по-силен ефект от другите форми на рекламни послания. Това е и основната причина PR статиите да бъдат включение в микса, целящ да популяризира бранда „Реки на времето“ и да привлече потенциални посетители/туристи на територията на общините Русе-Иваново-Борово. Статиите ще имат положително въздействие върху трафика към уебсайтовете на общините и информационното популяризиране на програмата като цяло.

Основните предимства на онлайн PR комуникацията, за целите на информационната кампания за популяризиране на проекта „Реки на времето“ са:

- ✓ **Информативност** – PR публикациите носят много повече информация и полезност от всички останали онлайн формати, като по този начин удовлетворяват необходимостта от предоставяне на много и регулярна информация за бранда сред целевите групи.
- ✓ **Дават възможност за избор** – потребителят сам решава да прочете статията и доверието, което изгражда, е значително по-голямо от това на банер формата, което е основно, за да мотивира целевите групи към действие;
- ✓ **PR статията може да заинтригува** в значително по-голяма степен, понеже поднася по-голям обем информация чрез снимки, текст и дори видео;
- ✓ **PR публикациите остават дълго в Интернет пространството** – дори публикувани преди година, PR статиите са достъпни чрез търсене в Google, а по този начин информацията и посланията за бранда ще бъдат актуални за по-дълъг период от време;
- ✓ **PR активностите онлайн ще спомогнат за по-доброто позициониране на уеб сайта на програмата в Google** чрез съответните линкове към него в PR статиите, и ще се намират по-напред в индексирания от търсачката предложения при последващо търсене.

Можем да използваме PR кампанията не само за да популяризираме на бранда „Реки на времето“, но и да информираме потребителите онлайн за изминали и предстоящи събития. В комбинация с останалите онлайн активности, PR комуникацията подсилва ефекта от цялостната кампания и значително увеличава постигнатия вече или търсен ефект.

С цел достигане на определените от заданието на проекта цели, а именно да се генерира и разпространи възможно най-много информация относно разнообразния туристически потенциал на територията на общините Русе, Иваново и Борово и привличането на потенциални туристи както от вътрешния пазар, така и от чуждите – Англия и Германия, сме планирали PR публикации във водещи електронни платформи, доказали се като източници на информация по отношение на туристически теми.

Планът покрива сайтове на съответните езици – български, немски и английски. Избраните електронни платформи са на специализирана тематика Туризм, както и в туристически подсекции на информационни сайтове. PR публикациите обхващат целия период на медийната кампания и техният брой е по два броя на езикова версия, като са избрани по две водещи електронни платформи на пазар, с цел покриване на по-голяма аудитория. PR-публикациите ще представят по атрактивен начин информация и акценти, свързани с темата на проекта и в частност на бранд „Реки на времето“.

Спрямо предложението медиа планиране, PR-публикации са заложили в следните водещи сайтове - dnes.bg и vesti.bg за българския пазар; foofandtravel.com и travelweekly.co.uk за английския пазар; spiegel.de и myheimat.de за немския пазар.

### 3.3. Кампания с поместване на рекламни текстови линкове в световни интернет-търсещи машини и водещи социални медии/мрежи

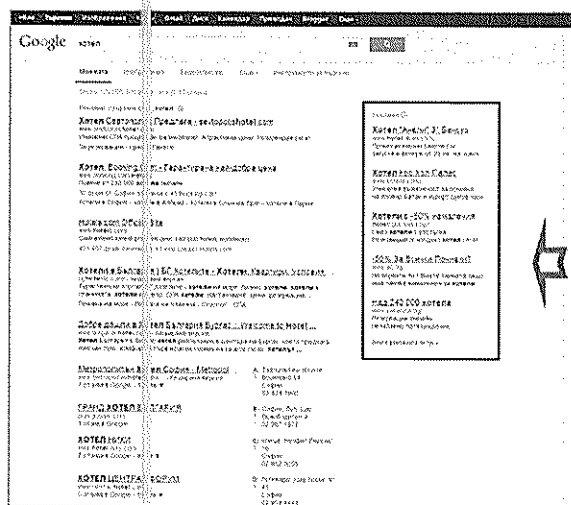
#### ИЗБОР И АРГУМЕНТАЦИЯ НА СВЕТОВНА ИНТЕРНЕТ-ТЪРСЕЩА МАШИНА

# Google™

За целите на проекта „Реки на времето“, а именно увеличаване броя на посетителите, продължителността на техния престой на територията на общините Русе – Иваново – Борово, предлагаме като най-подходяща световната интернет търсеща машина **Google**.

**Google е най-голямата търсеща машина в света.** В България, Англия, Германия и Румъния използваемостта ѝ е на 100% от интернет потребителите. **Няма друг местен за четирите държави аналог, който да може да се доближи и на 1/3 от използваемостта на световната машина.** Всяка нужда за задоволяване от някакъв тип информация стига до нея. Това прави всякакви други аналози на търсачки недостатъчно ефективни като покритие на онлайн аудиторията в тези страни.

Начините за реклама в Google са два, като и за двата се ползва програмата Google AdWords.



- Чрез платени текстови линкове, появяващи се при закупуване на определени ключови думи, близки до продукта и целта на кампанията.

Когато потребителят търси закупените от рекламодателя ключови думи, рекламата се появява заедно с резултатите от търсенето. По този начин рекламата достига с лекота до

точната целева аудитория, която се интересува от това, което се предлага.





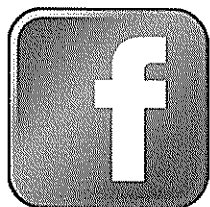
- Чрез дисплей банери в различни медийни сайтове, оторизирали Google рекламите, чрез Google AdSense програма.

## Предимства на Google AdWords

- Рекламното послание излиза веднага в резултатите, докато SEO (*search engine optimization*) отнема повече време;
- Заплаща се на клик, т.е. при реализирано достигане до интернет страницата на рекламодателя;
- Потребителят търси конкретна дума, т.е. е заинтересован от конкретна тема;
- Дава лесна възможност за таргетиране на определен географски регион;
- Има отлична статистика и позволява много добро отчитане на резултатите от кампанията.

**Чрез така направеното планиране на кампания с поместване на текстови линкове в световна интернет търсеща машина ще бъдат постигнати заложените по задание 4 800 клика.**

## ИЗБОР И АРГУМЕНТАЦИЯ НА СОЦИАЛНА МРЕЖА/МЕДИЯ

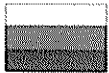


**Facebook е най-разпространената социална медия в глобален мащаб.** Към момента аудиторията на социалната медия наброява над 1 милиард човека от цял свят. В страните-целиви групи на настоящия проект – България, Румъния, Великобритания и Германия, социалната мрежа е медиата с най-голямо покритие на аудиторията, което я прави най-подходящ рекламен канал за целите на кампанията.

Нарастването на употребата на социалната мрежа по света през последните години е трудно проследимо във всички страни, но чрез сайтът на световните статистики за Facebook – Facebakers /[www.socialbakers.com/](http://www.socialbakers.com/) може да се даде представителна извадка в коя страна точно колко потребители има. Също така, там се предоставят данни за най-следените търговски марки във всяка страна по сектори, например алкохол, финанси, спорт, полети и т.н.

### Целеви пазар България

С появата и развитието си в България, Facebook намали ползваемостта на всички социални български сайтове, като дори „затвори“ най-голямата българска социална медиа impulse.bg, разполагаща **с над 800 000 уникални потребители месечно**. Към момента Facebook е най-бързо развиващата се медиа у нас.



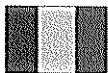
## БЪЛГАРИЯ

Фб потребители	2 477 700
Позиция във Фб	57
Проникване спрямо населението на страната	34.66%
Проникване спрямо онлайн потребителите	71.51%

Източник: Facebakers

По последни данни от Facebakers, страната ни заема 57-ма позиция по използваемост на Facebook с 2,47 млн. регистрирани потребители, като новорегистрираните потребители през последните 6 месеца са повече от 148 520. Проникването в България е 34,66% в сравнение с населението на страната, и 71,51% по отношение на броя на Интернет потребителите.

### Целеви пазар Румъния



## РУМЪНИЯ

Фб потребители	5 271 460
Позиция във Фб	34
Проникване спрямо населението на страната	24.01%
Проникване спрямо онлайн потребителите	61.44%

Източник: Facebakers

Румъния заема 34-то място в потребителската класация на социалната мрежа. В северната ни съседка Facebook покрива **аудитория от над 5,27 млн. регистрирани потребители**, като новорегистрираните потребители през последните 6 месеца са повече от 527,340. Статистиките на Facebakers показват, че проникването в Румъния е 24,01% в сравнение с населението на страната, и 61,44% по отношение на броя на Интернет потребителите, като най-силно изразена е възрастовата група 25-44 години, което прави Facebook предпочитаната социална медия от най-активното румънско население.

### Целеви пазар Великобритания



## ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Fb потребители	33 738 900
Позиция във Fb	6
Проникване спрямо населението на страната	54.11%
Проникване спрямо онлайн потребителите	63.98%

Източник: Facebakers

Великобритания се намира на 6-то място по потребители на социалната мрежа. Статистиките на Facebakers показват, че Facebook проникването в Обединеното кралство е 54,11% в сравнение с населението на страната, и 63,98% по отношение на броя на Интернет потребителите. Общият брой на потребителите достига **33 738 900** и е нараснал с повече от 2 323 260 през последните 6 месеца.

### Целеви пазар Германия



## ГЕРМАНИЯ

Fb потребители	25 270 680
Позиция във Fb	10
Проникване спрямо населението на страната	30.89%
Проникване спрямо онлайн потребителите	37.44%

Източник: Facebakers

Германия е 10-а в статистиките на Facebook по брой потребители. Общият брой на **потребителите на FB в Германия достига 25 270 680** и за последните 6 месеца е нараснал с повече от 1 314 160 души. Данните във Facebookers сочат, че Facebook проникването в Германия е 30,89% в сравнение с населението на страната, и 37,44% по отношение на броя на Интернет потребителите.



Рекламното присъствие във Facebook е под формата на кратки текстови линкове, придружени от малка статична снимка. Facebook се ползва успешно за комуникация от организации от различни браншове, от благотворителни, от правителствени и неправителствени организации.

Големият ръст на броя потребители и промяната на поведението на ползващите социалната мрежа, води до още

по-силен интерес от страна на българските компании и организации към Facebook като канал за комуникация с настоящи или потенциални потребители, клиенти, служители и др.

Всеки 2-ма от 3-ма онлайн потребители задължително имат профил и във Facebook. Това от своя страна обезмисля присъствието в която и да е друга социална медия, и би било нерентабилно. Затова и в нашето медийно предложение сайтът Facebook е позициониран като основна и единствена социална мрежа.

### Предимства на Facebook:

- Дава лесна възможност за таргетиране както по географски регион, така и по пол и години, интереси;
- Заплаща се на клик, т.е. при реализирано достигане до интернет страницата на рекламоателя;
- Дава възможност за пускане на повече от 3 креативни предложения едновременно;
- Много добър източник на трафик към сайта на рекламоателя.

Всичко гореописано, ще спомогне за достигане на възможно най-голямо покритие на аудитория от потенциални туристи, целяща се от настоящия проект „Реки на времето“, а именно увеличаване броя на посетителите, продължителността на техния престой на територията

на общините Русе – Иваново - Борово. Медиа планирането на кампания с поместване на текстови линкове в глобална социална мрежа (Facebook) е направено така, че да бъдат гарантирано **постигнати заложените 14 800 клика**. Целта на кампанията във фейсбук ще бъде да промотира туристическия регион от една страна, но и да предизвиква интереса на потребителите и да ги води към специално създаденото за целта приложение във Фейсбук (описано в следващата точка от настоящото предложение).

## ИЗБОР И АРГУМЕНТАЦИЯ НА ЛОКАЛНА БЪЛГАРСКА МРЕЖА

За да бъде пълен медиа микса, сме заложили присъствие и в локална мрежа на CPC(cost-per-click)-принцип. Това са стандартни банери и текстови линкове, ротиращи се на случаен принцип, до постигането на заявен брой закупени кликове.

Моделът „заплащане на клик“ (CPC-кампания) дава възможност на за заплащане само при директното действие от страна на потребителите (клик върху рекламния банер) Показванията на банера (импресиите) не се заплащат. Предоставя се детайлна отчетност на кампаниите по дни, сайтове, рекламни носители, като платформата е снабдена с най-модерна технология за превенция на невалидни кликове - има се предвид, че има допълнителни забрани, които не позволяват да се отчитат кликове от един и същ IP адрес или компютър, за да се предотврати изкуствен трафик.



**В България най-популярната локална мрежа е EasyAds.** Тя представлява веб-базирана платформа за управление и отчитане на онлайн рекламни кампании в мрежа от сайтове на база „закупуване на клик“, които позволяват да се закупи онлайн реклама в голям брой български веб сайтове едновременно.

Платформата е комплексна технология, разработвана по съвременни стандарти и извършваща прецизна оптимизация на показваните реклами. Тази рекламна платформа е много добър начин за насочване на трафик към определен сайт. **В мрежата на EasyAds влизат над 250 сайта.**

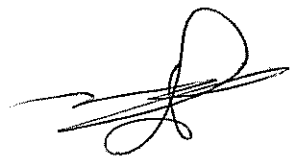
EasyAds доставя над 1 милиард рекламни импресии месечно и има над 95% покритие на интернет аудиторията в България, която може да достигнете със следните рекламни продукти:

- **Performance Text (CPC)** - Лесни за редакция контекстуални реклами, състоящи се от текст и изображение. Подходящи за

представяне на конкретни продукти и услуги, краткосрочни промоции и бързо-променящи се оферти. Текстовите карета се състоят от заглавие, кратък текст и малка снимка. Появяват се на същия принцип както банерите – във всички сайтове, на съответната позиция, която предоставя сайта. Разликата с банерите е, че могат да се добавят и ключови думи, които спомагат каретата да се появяват с приоритет в сайтове, които съдържат тези думи в текста си. Това прави този тип реклама таргетирана по интереси и контекстуално обвързана със съдържанието на сайта.

- **Performance Display (CPC)** - Интерактивна реклама с графични и флаш банери. Този силен продукт е с доказана ефективност поради уникалната комбинация от цена, обхват и популяризиране на марката

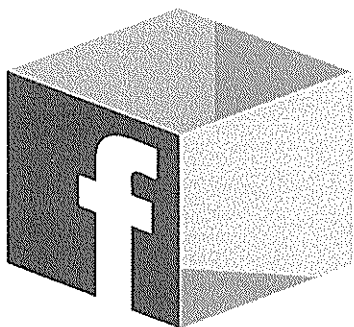
**Планираното рекламното присъствие за промотиране на бранда „Реки на времето“, е както с текстови линкове така и с основните формати стандартни банери, които се ротират на случаен принцип във всички сайтове, които влизат в локалната мрежа, до достигане на заявените кликове, до достигане на изискуемите по задание 8 000 клика.**



**МЕДИА ПЛАН ЗА КАМПАНИЯ С РЕКЛАМНИ БАНЕРИ ВЪВ  
ВОДЕЩИ ЕЛЕКТРОНИ ПЛАТФОРМИ, PR ПУБЛИКАЦИИ  
ВЪВ ВОДЕЩИ ЕЛЕКТРОНИ ПЛАТФОРМИ, КАМПАНИЯ С  
ПОМЕСТВАНЕ НА РЕКЛАМНИ ТЕКСТОВИ ЛИНКОВЕ В  
СВЕТОВНИ ИНТЕРНЕТ-ТЪРСЕЩИ МАШИНИ И ВОДЕЩИ  
СОЦИАЛНИ МЕДИИ/МРЕЖИ**



## 4. КАМПАНИЯ С БЕЗПЛАТНИ ПРИЛОЖЕНИЯ ЗА СОЦИАЛНИ МРЕЖИ С ИГРОВИ И СОЦИАЛНИ ЕЛЕМЕНТИ



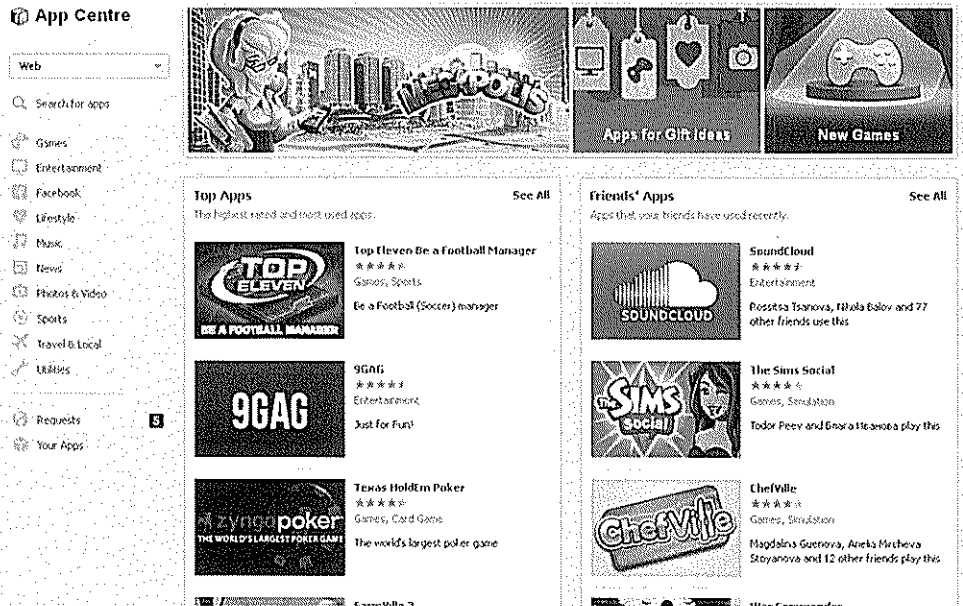
Предлагаме приложението, промотиращо туризма в района на Русе – Иваново – Борово, да е достъпно в социалната мрежа Facebook през интегрирания център за приложения Facebook App Centre.

Предлагаме Facebook защото е най-популярната социална мрежа с над 2.5 милиона български потребители. Това предполага, че там приложението има възможност да достигне до най-много хора, при това по-лесно и бързо, в сравнение с други социални мрежи. Нещо повече, Facebook дава много добри възможности за реклама, включително на приложения, и освен това е единствената социална мрежа, която има такъв интегриран център за приложения. Там приложението може да съществува независимо, без необходимост от наличие на фен станица и без нуждата да бъде надградвано или поддържано регулярно.

### За Facebook App Centre:

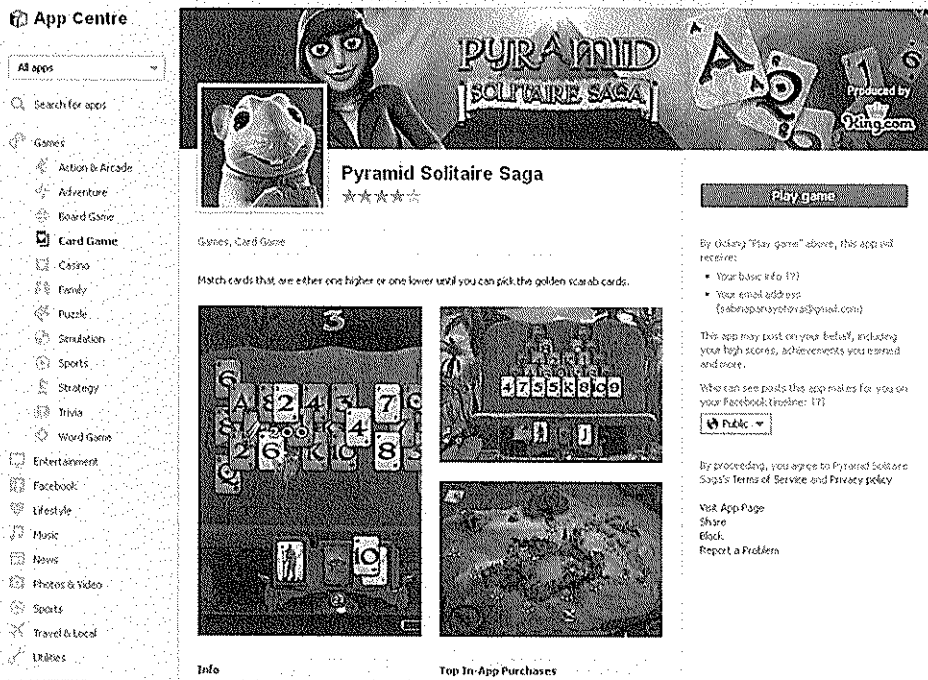






Началната страница на Facebook App Centre

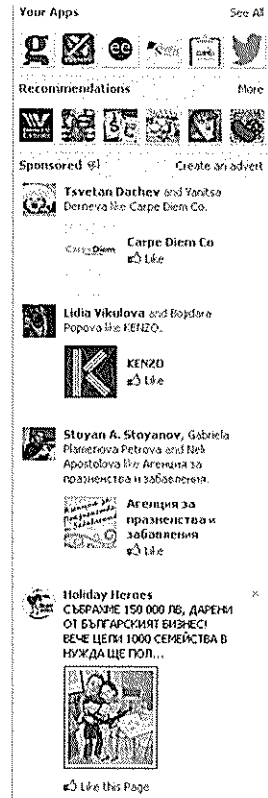
Facebook App Centre е бързо развиваща се платформа за приложения. Тя е лесно достъпна за Facebook потребителите, защото е интегрална част от сайта и позволява на хората да играят директно на монитора на личния или служебния си компютър, през телефон или таблет. Това означава, че играта може да достигне до по-голям брой хора.



Изглед на примерно приложение преди потребителят за започне да играе

Всяко приложение има своя страница, където потребителят може да научи повече за него, да види снимки от самото приложение, да го

сподели със своите приятели. Тази страница е различна от Facebook Page. Тя е статична, няма стена, потребителите на могат да пишат коментари или да задават въпроси. Тази страница служи само, за да дава информация за приложението.



Потребителят играе почти на цял екран, като изключим меню към App Centre и реклами в ляво

### Накратко:

- Предлагаме Facebook, защото е социалната мрежа с най-много потребители (над 2.5 милиона българи);
- Има добри възможности за реклама, включително на приложение;
- Бързо развиващ се App Centre, който позволява приложението да съществува само, без особена човешка намеса с цел поддръжка;
- Възможност за създаване на атрактивно приложение, което да ангажира потребители и да им позволява да играят от компютри и мобилни устройства.

Предлагаме да бъде актуализирано вече създаденото приложение, тип Facebook игра, „Реки на времето“, с цел надграждане на вече съществуващата комуникация на бранда и поддържане на консистентност в маркетинговите усилия на бранда. За целта вече разработеното приложение ще бъде надградено и допълнено с нова и любопитна информация за



**проекта, с цел провокиране на повторен интерес от страна на потребителите, които вече са участвали в играта, както и привличането на нови потребители да се включат. По този начин ще бъде задържана вече съществуващата аудитория на приложението и ще бъде привлечена нова такава.**

### Идейна концепция на приложението

Приложението ще бъде доразвито като Quiz игра, базирана на картата на общините Русе, Иваново и Борово, която представя всички опции за туризъм там, различните обекти и маршрути. Ще бъдат добавени нови обекти и атракции, ако има такива. Освен игрови елементи, приложението съдържа и социален елемент – за да постигне по-голям успех в играта, потребителят трябва да споделя своите постижения с приятелите си. По този начин на принципа на вирусния маркетинг, приложението ще достигне до по-голяма аудитория и респективно ще изпълни в по-голяма степен своите цели, а именно да промотира туристическите ресурси на общините Русе, Иваново и Борово, да разпространи повече информация относно разнообразния туристически потенциал на района и да спомогне за изграждането и затвърждаването на положителната нагласа сред целевите аудитории.

- Цел

Играта дава възможност потребителите да научат нови неща за възможностите за туризъм в района на Русе, Иваново и Борово по един интересен, забавен и задържащ вниманието начин, като ще използва реални обекти и забележителности. По този начин целим лесно да достигнем до потребителите и да промотираме разнообразните възможности за туризъм в този регион, като по този начин затвърдим положителната им нагласа относно трите общини в качеството им на туристически дестинации.



- Сценарий

Започвайки играта, потребителят трябва да избере дали иска да посети историческа или културна забележителност, природен обект или местен фестивал. След този избор, приложението ще „премести“ участника в съответния обект. Във всеки обект за потребителя ще има въпрос или малко предизвикателство, свързано с естеството на съответния обект. Потребителят ще трябва да даде отговор на въпрос, като може да потърси и информация в интернет или да види как предизвикателството се случва пред него (пр. разиграва се известна случка от историята на региона). Правилен отговор на въпрос ще дава значка и възможност да се продължи напред отново към обект по избор. Събирайки значки и канейки свои Facebook приятели да се включат, потребителите ще минават през различни нива на играта.

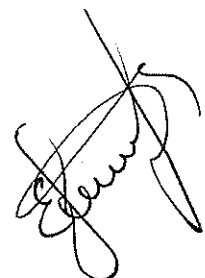




Така целим от една страна да ги стимулираме да продължават напред в играта и от друга - да подсилим вирусния ефекта на приложението. Когато потребителят събере всички значки и премине през всички обекти, достига последно ниво, където го чака награда.

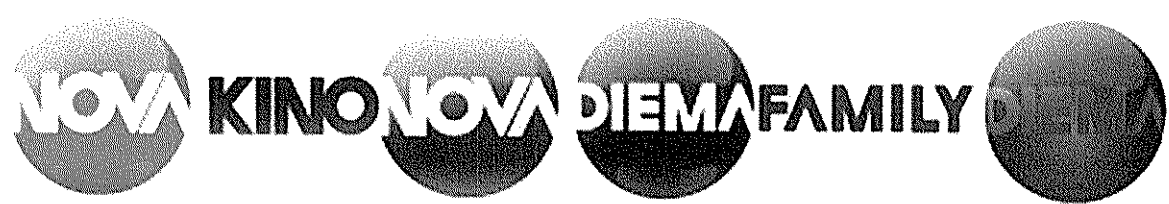
- Промоционална кампания

С цел предизвикване на интерес към приложението и превличане на нови потребители и участници, които да се включат в играта, кампанията с поместване на текстови линкове във Фейсбук ще промотира именно създаденото приложение. По този начин рекламата ще води до вече съществуващата платформа, която по итнересен начин ще провокира интереса на потребителите към региона и потенциално би могла да предизвика желание за посещение.



**5. КАМПАНИЯ С ПЛАТЕНА РЕКЛАМА ПО НАЦИОНАЛНИ ТЕЛЕВИЗИОННИ КАНАЛИ**

Избор и аргументация на телевизионни канали с национален обхват на територията на България



Нова Телевизия      Кино Нова      Диема Фемили      Диема

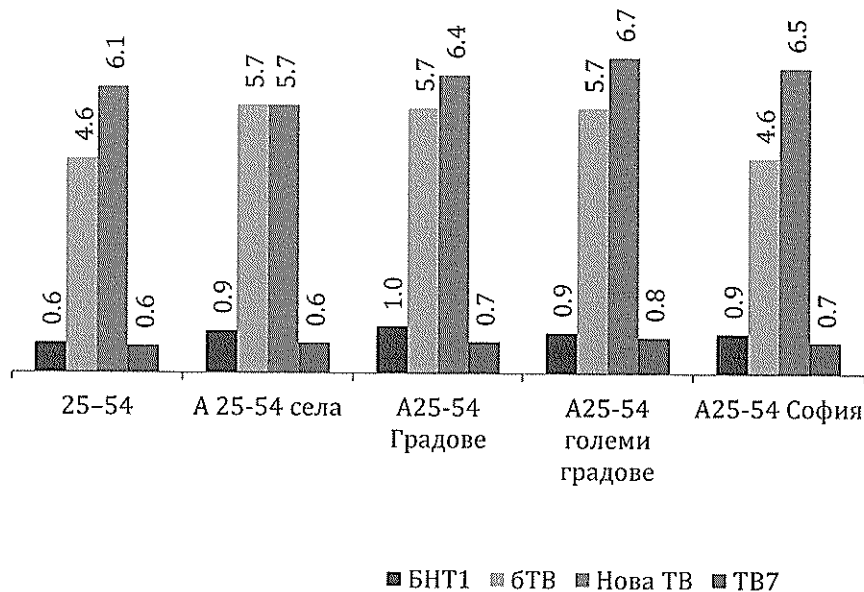
Описание на медиите

НАЦИОНАЛНИ ТЕЛЕВИЗИОННИ КАНАЛИ - БЪЛГАРИЯ		
	<b>Нова Телевизия</b>	В програмната схема на Нова телевизия залягат високо рейтингови авторски предавания, хитови сериали и програми, чиито жанрове обхващат целия зрителски спектър - новини, публицистика, спорт, култура, семейни и детски предавания. Нова телевизия е пионер в реализирането на високобюджетни формати в България. Реалити форматите BIG Brother, VIP Brother "Фермер търси жена" печелят доверието и интереса на хиляди зрители. Медата доказва своя иноваторски дух с лансирането на напълно нов жанр за българския телевизионен пазар с първия български реалити сериал

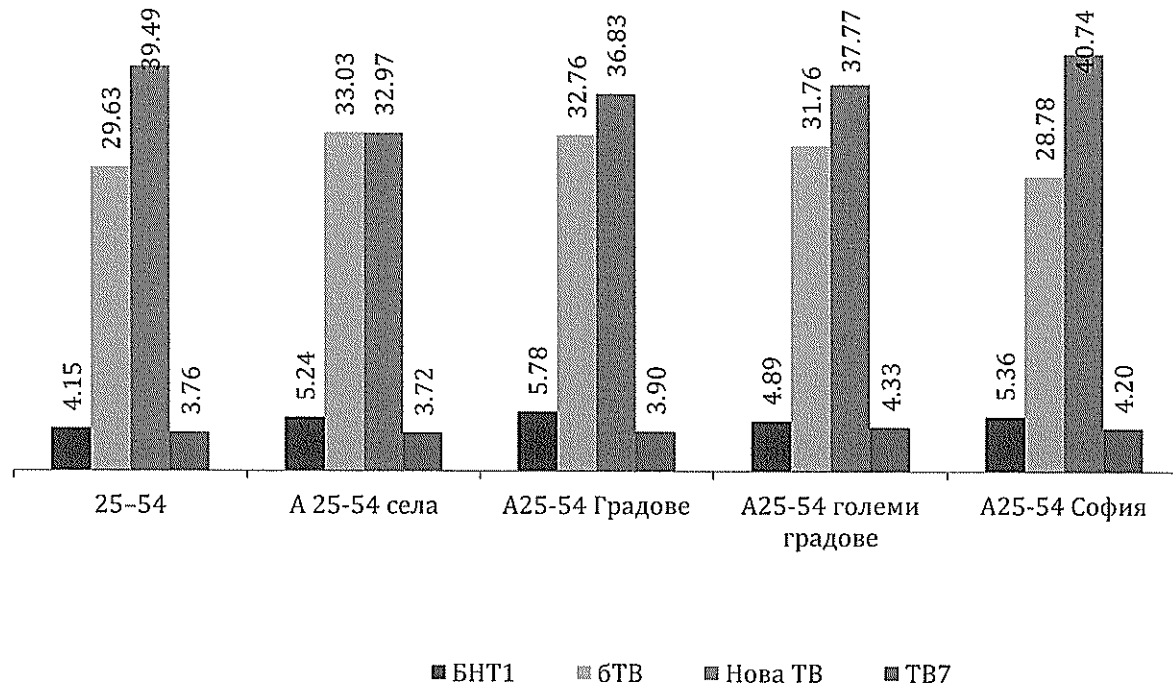
		<p>„София Ден и Нощ“. Той разкрива пулса на живота в големия град, а действието се развива в реално време в столицата. Част от разнообразното портфолио на Нова телевизия е и музикалното шоу X Factor, наситено със звездни изпълнения и артистични кандидати за бъдеща музикална кариера, впечатляващи не само с глас, но и с необикновени истории. Изследванията на аудиторията в страната показват постоянно нарастващ пазарен дял на Нова ТВ, като демографските извадки сочат че Нова телевизия е предпочитана от младите, градски, социално активни и високообразовани хора.</p>
	<b>Диема</b>	<p>Телевизия Диема съществува на българския пазар от 2001 година (до 2007 г. - „Диема +“).</p> <p>Диема е специализиран 24-часов канал, излъчващ високорейтингови сериали. Диема излъчва ексклузивно и мачовете от Английска висша лига, които привличат вниманието и на мъжката аудитория. Филмовата програма също е атрактивна.</p>
	<b>Диема Фемили</b>	<p>Диема Фемили е специализиран телевизионен канал за сериали, мини сериали и детски програми. В неговата програмна схема намират място сериали за всички възрасти и предпочитания. Основната целева група на канала е предимно дамска. Програмата включва най-разнообразни по</p>

		тематика сериали – латиноамерикански, ситкоми, криминални, екшън сериали и др. Каналът има едни от най-високите ректинги сред малките канали с национално покритие.
	<b>Кино Нова</b>	Каналът се излъчва от 12 септември 2011 г. За изключително кратко време Кино Нова спечели зрителския интерес с първокласна филмова програма, като филмовите премиери и хитови сериали, които са част от програмата на канала, както в делнични дни, така и през уикенда.

**Рейтинг на основните телевизионни канали**



## Дялове на основните телевизионни канали



**Нова Телевизия има по-голям дял и по-добри рейтинги в таргет групите с градска аудитория.**

## Аргументация на избраните телевизионни канали

За целите на проекта сме избрали да използваме следните канали:

**Нова Телевизия, като национален канал и Диема, Диема Фемели и Кино Нова – като кабелни телевизии с национален обхват (по-надолу в текста – нишови канали)**

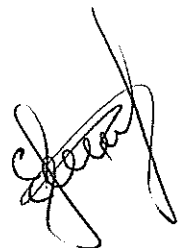
Причината за избора на тези канали е, че Нова Телевизия и нишовите и канали - Диема, Диема Фемели и Кино Нова, имат по-добри показатели в градска аудитория, където смятаме, че е аудиторията, която потенциално се интересува от продукта на проекта – предимно градско население и гр. София - като основен вътрешен пазар, предприемачи, развиващи бизнес в областта на туризма, администрации, институции, работещи в областта на туризма, както и крайните бенефициенти.





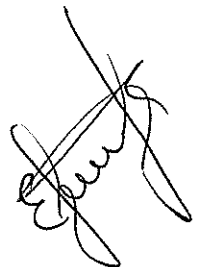
Предвижда се излъчването на общо **55 рекламни клипове** (с един повече от заложените в Техническото задание) по **четирите телевизионни канала**, като съотношението **прайм тайм/ извън прайм тайм е 60 %/40 %**. С така направеното планиране гарантираме доставянето на минимум **110,6 TRP (Target rating point)** общо за цялата кампания, което е с **35,6 TRP повече от изискуемите по Техническо задание**. Разполагането на излъчванията спрямо така предложения медиа план гарантира максимално покритие на целевата група и достигане на поне **1 000 000 човека** с информационната кампания.

**Избраните телевизионни програми ще бъдат с насоченост, тематично адекватна на основните цели на заданието, и ще достигат до аудитория, която потенциално се интересува от продукта на проекта, като по този начин се гарантира максимално покритие на целевите групи.**





**МЕДИА ПЛАН ЗА КАМПАНИЯ С ПЛАТЕНА РЕКЛАМА ПО  
НАЦИОНАЛНИ ТЕЛЕВИЗИОННИ КАНАЛИ**



## 6. КАМПАНИЯ С ПЛАТЕНА РЕКЛАМА ПО НАЦИОНАЛНИ РАДИОСТАНЦИИ

Предлагаме кампанията с платена реклама по радиостанции и радио вериги с национален обхват на територията на България да се осъществи в ефира на Българското национално радио (БНР).

### Аргументация на избора на радиостанция с национален обхват:

#### НАЦИОНАЛНИ РАДИО СТАНЦИИ - БЪЛГАРИЯ



#### Българско Национално Радио



Картата представя покритието на радиостанцията.

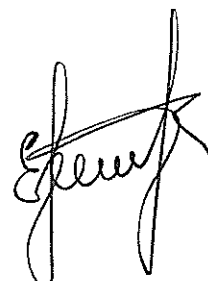
Българско Национално Радио е с 24-часова, информационна и музикална програма и покрива 99% от територията на страната. Музиката преобладава в програмното съдържание и е представена чрез всички музикални стилове, форми и жанрове. Новините в "Хоризонт" са обикновено на всеки кръгъл час, но общата програмна композиция дава възможност те да бъдат включвани и по всяко време в денонощието. Същото се отнася и за актуалните, нетърпящи отлагане кратки коментари, интервюта, репортажи, кореспонденции от страната и от

		чужбина.																						
	<b>Профил на радио станцията</b>	<b>Формат</b> – <b>политематичен</b> <b>Таргет група –</b> <b>25-54 години</b>																						
	<b>Рейтинг на радио станцията</b>  <table border="1"><thead><tr><th>Радио станция</th><th>Рейтинг</th></tr></thead><tbody><tr><td>Радио 1</td><td>1.2</td></tr><tr><td>Едъркоп</td><td>1.1</td></tr><tr><td>БНР</td><td>0.8</td></tr><tr><td>Енерджи</td><td>0.7</td></tr><tr><td>БГ Радио</td><td>0.7</td></tr><tr><td>Витгоша</td><td>0.6</td></tr><tr><td>Звук</td><td>0.6</td></tr><tr><td>Радио 1 Рок</td><td>0.6</td></tr><tr><td>Фреш</td><td>0.5</td></tr><tr><td>Веселна</td><td>0.5</td></tr></tbody></table>	Радио станция	Рейтинг	Радио 1	1.2	Едъркоп	1.1	БНР	0.8	Енерджи	0.7	БГ Радио	0.7	Витгоша	0.6	Звук	0.6	Радио 1 Рок	0.6	Фреш	0.5	Веселна	0.5	Българско Национално Радио се нарежда на трето място по рейтинг в топ 10 национални радиостанции по слушаемост, в таргет група мъже и жени 25-54 години.
Радио станция	Рейтинг																							
Радио 1	1.2																							
Едъркоп	1.1																							
БНР	0.8																							
Енерджи	0.7																							
БГ Радио	0.7																							
Витгоша	0.6																							
Звук	0.6																							
Радио 1 Рок	0.6																							
Фреш	0.5																							
Веселна	0.5																							

С цел постигане на максимално медийно покритие и информационно въздействие върху целевата аудитория, в медийната кампания в радиостанции и радио вериги сме заложили радиостанция с национално покритие на територията на България, която да покрие максимално целевата аудитория. **Приложеният медиен план включва общо 50 излъчвания на 30-секунден радио рекламен клип, с което се покриват напълно заложените по Техническо задание параметри. С цел постигане на по-голяма ефективност на кампанията и представяне по атрактивен и достъпен начин на предимствана на региона, в медиа планирането е заложено изцяло излъчване на дългата версия на радио рекламният клип – 30 секундна версия.**



**МЕДИА ПЛАН ЗА КАМПАНИЯ С ПЛАТЕНА РЕКЛАМА ПО  
НАЦИОНАЛНИ РАДИОСТАНЦИИ**



## 7. ПЛАНИРАНЕ, ИЗРАБОТВАНЕ И РЕАЛИЗИРАНЕ НА РЕКЛАМНА КАМПАНИЯ- ВЪНШНА РЕКЛАМА

Предлагаме провеждането на рекламна кампания за външна реклама чрез поместване на рекламни пана на билбордове на ключови места по пътната мрежа на страната, както и на ключови места в София и Варна, да се проведе през периодите **ноември-декември 2015 г.** Предложеният медиа план включва **30 локации**, разположени на места с **висока видимост и в зони със силен човешки и транспортен трафик, и включват билборд формати с висока видимост (големи формати – 4x3 м. и 8x4 м.)**. Предложените локации отговарят в пълна степен на посочените в Техническото задание изисквания. Прилагаме детайлно описание и аргументация на предложените локации, както и медиен план за провеждане на кампанията.

### София:

2а Бул Александър Малинов-спирка ХМС



*[Handwritten signature]*

7a Бул."Хр.Колумб" - вход от жк Дружба/ летище към жк Младост/ Център



12b бул." Т. Александров" - след пазар Димитър Петков



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

4b Бул. Никола Вапцаров – преди ЕХРО център



130b бул. "Черни връх" - бул. "Н. Вапцаров", след Кошарите



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



*[Handwritten signature]*

94 б Летище София, преди светофара - терминал 1 и 2



39а бул. Шипченски проход - пазар Ситняково



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

129b бул. "Брюксел" - разклон за бул. "Цариградско шосе" и ж.к. "Младост" - 2ри



**Варна:**

1\_1 бул. "Княз Борис I", до Делфинариума

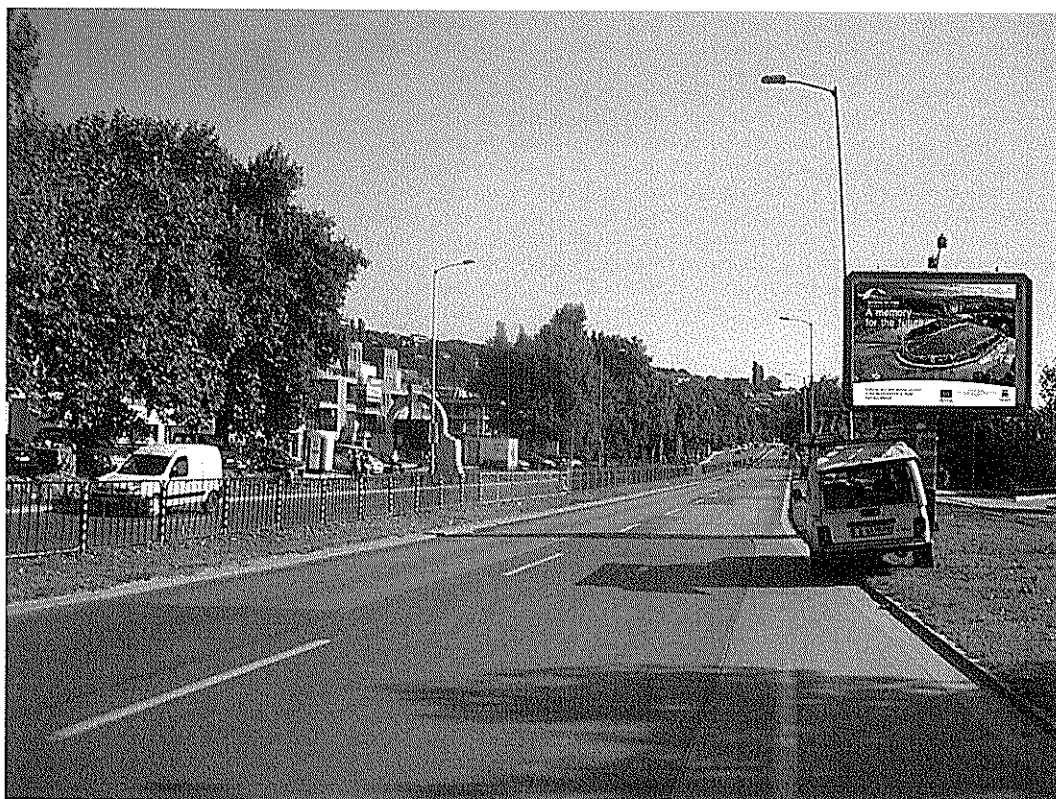


*[Handwritten signature]*

2\_1 бул. "Княз Борис I", в разд. тревна площ



4\_1 бул., „Вл. Варненчик“, дясно, до Автогарата



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

3 А бул. "Княз Борис I", комплекс „Бриз"



5 А бул. „Хр.Ботев" , Аспарухов мост



VNBB0145B2

Аерогара Варна срещу Мерцедес 422+350км



**AM Хемус:**

215-а382 км + 500 м- Дясно / AM Хемус / София-Варна/



*[Handwritten signature]*

215-b382 км + 500 м- Дясно / АМ Хемус / София-Варна/



216-a396 км + 800 м- Ляво / АМ Хемус / София-Варна/



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*  
50

*[Handwritten signature]*

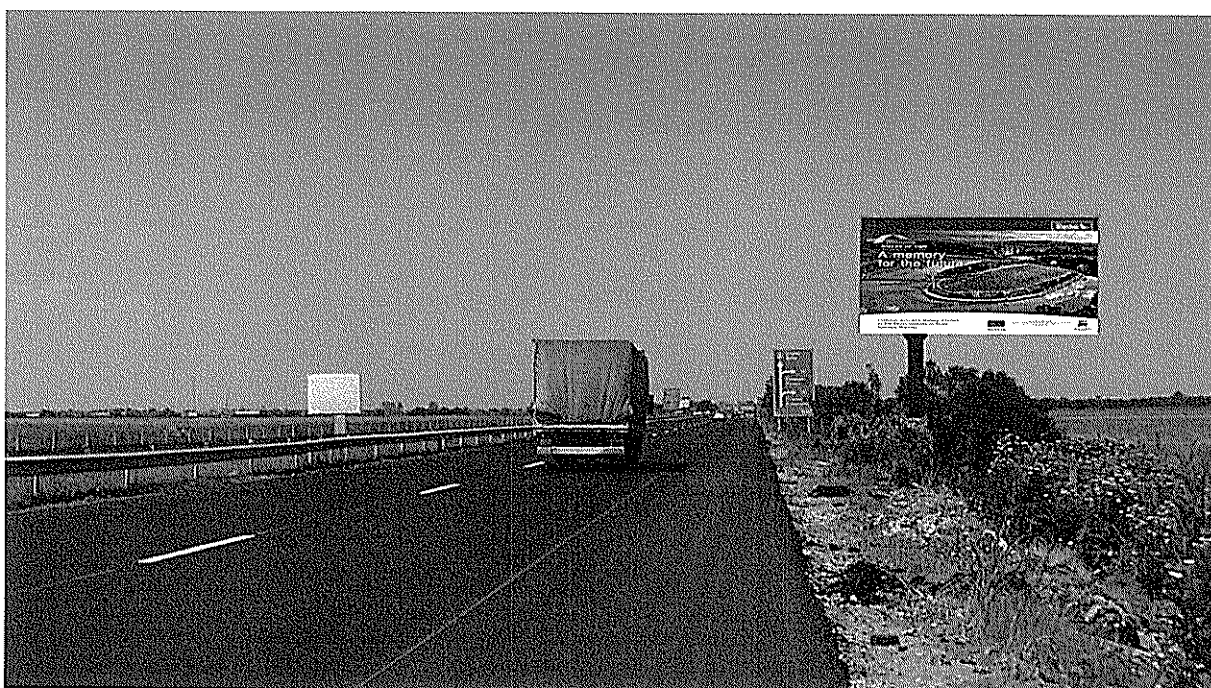
216-b396 км + 800 м- Ляво / АМ Хемус / София-Варна/



**АМ Тракия:**

217-a217\_134 км + 500 м- Ляво / АМ Тракия / София-Бургас/

*[Handwritten signature]*



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

217-b217\_134 км + 500 м- Ляво / АМ Тракия / София-Бургас/



84-а 136 км + 460 м- Дясно / АМ Тракия / София-Бургас/



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



84-в 136 км + 460 м- Дясно / АМ Тракия / София-Бургас/




**Прилагаме детайлен медиа план за реализиране на кампания с външна реклама.**





**МЕДИА ПЛАН ЗА РЕКЛАМНА КАМПАНИЯ С ВЪНШНА  
РЕКЛАМА**





## **8. РАЗРАБОТВАНЕ НА РЕКЛАМНА ВИЗИЯ ЗА БИЛБОРД РЕКЛАМА, РЕКЛАМНИ КАРЕТА ЗА ПУБЛИКУВАНЕ В СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗДАНИЯ, РЕКЛАМНИ БАНЕРИ**

Разработената рекламна комуникация по настоящия проект следва цялостната творческа концепция и посока на рекламната кампания на региона Русе-Иваново-Борово, реализирана през 2014 г. По този начин се гарантира консистентност и интегритет в маркетинговите усилия на бранда и се изгражда устойчив и стабилен образ на региона в съзнанието на потребителите.

Идейните проекти за дизайн на рекламните послания и визии следват общата посока, заложенa в логото и слогана на бранда „Реки на времето“, и създадените рекламно-информационни материали. В същото време, предвид необходимостта от актуализиране и „освежаване“ на визията, с цел избягване на повтаряемост и припокриване в рекламната комуникация, идейните проекти представят творческата посока чрез нови основни визуални елементи.

Концепцията при създаването на идейните проекти за рекламната комуникация по настоящия проект следва водещата творческа линия, което създава разпознаваемост, като показва нови и атрактивни елементи, което провокира любопитство и генерира интерес.

Творческата посока ще бъде адаптирана за различните видове комуникационни канали, спрямо спецификата на всяка една медия, нейните конкретни изисквания, както и профила на потребителите по канали. Ще бъдат създадени езикови версии, спрямо пазарите на които тече конкретното рекламно послание, а именно – българска, английска, немска и румънска езикова версия.

Визиите представят туристическия продукт на региона Русе-Иваново-Борово в три различни посоки, спрямо основните и ключови обединяващи характеристики на региона и атрибутите му с най-голям потенциал за привличане на туристи. В този смисъл, визиите са разработени в три основни направления – промотиране на природен и еко туризъм; промотиране на градски туризъм, тип city breaks и фестивален туризъм; промотиране на културен туризъм в комбинация с исторически и археологически туризъм.



Прилагаме трите основни направления в базисен банерен формат, приложим за интернет банер реклама и билборд реклама, като визиите ще бъдат адаптирани спрямо необходимите формати на комуникационните канали и спрямо езиковите версии.

Природен и еко туризъм:

**RIVERS OF TIME**  
www.ruse-bg.eu/reki\_na\_vremeto

# A memory for the future

Cultural, eco and festival tourism  
in the Municipalities of Ruse,  
Ivanovo, Borovo

EUROPEAN REGIONAL  
DEVELOPMENT FUND  
A memory for the future

**THE RIVERS OF TIME PROJECT.**  
The project is funded by the European Regional Development Fund and by the  
government budget of the Republic of Bulgaria.  
www.bgregio.eu

Operational programme  
"Regional Development"  
2007-2013

Градски туризъм, тип city breaks и фестивален туризъм:

  
**RIVERS OF TIME**  
[www.ruse-bg.eu/rekl\\_na\\_vremeto](http://www.ruse-bg.eu/rekl_na_vremeto)

# A memory for the future

Cultural, eco and festival tourism  
in the Municipalities of Ruse,  
Ivanovo, Borovo

  
EUROPEAN REGIONAL  
DEVELOPMENT FUND  
A memory for the future

**THE RIVERS OF TIME PROJECT.**  
The project is funded by the European Regional Development Fund and by the  
government budget of the Republic of Bulgaria.  
[www.bgregio.eu](http://www.bgregio.eu)

  
Operational Programme  
"Regional Development"  
2007 - 2013

  
**RIVERS OF TIME**  
[www.ruse-bg.eu/rekl\\_na\\_vremeto](http://www.ruse-bg.eu/rekl_na_vremeto)

# A memory for the future

Cultural, eco and festival tourism  
in the Municipalities of Ruse,  
Ivanovo, Borovo

  
EUROPEAN REGIONAL  
DEVELOPMENT FUND  
A memory for the future

**THE RIVERS OF TIME PROJECT.**  
The project is funded by the European Regional Development Fund and by the  
government budget of the Republic of Bulgaria.  
[www.bgregio.eu](http://www.bgregio.eu)

  
Operational Programme  
"Regional Development"  
2007 - 2013

Културен туризъм в комбинация с исторически и археологически туризъм:

**RIVERS OF TIME**  
www.ruse-bg.eu/reki\_na\_vremeto

# A memory for the future

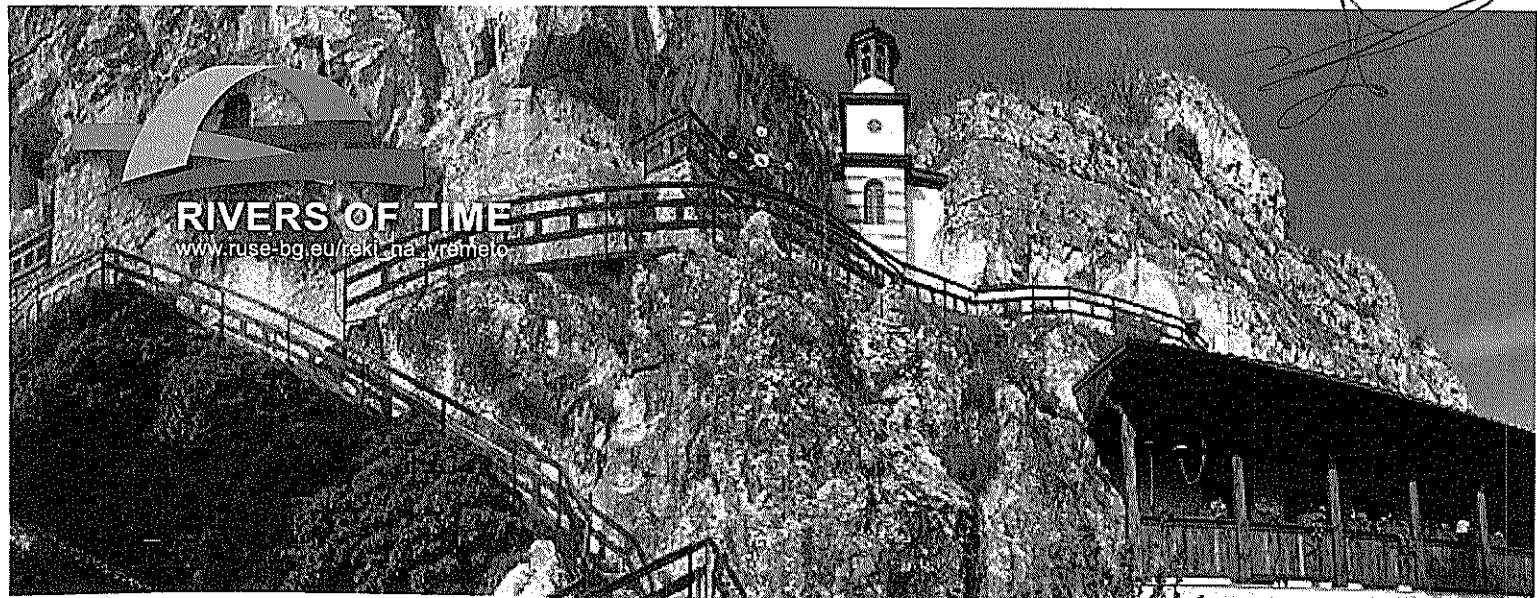
Cultural, eco and festival tourism  
in the Municipalities of Ruse,  
Ivanovo, Borovo

EUROPEAN REGIONAL  
DEVELOPMENT FUND  
A memory for the future

THE RIVERS OF TIME PROJECT.  
The project is funded by the European Regional Development Fund and by the  
government budget of the Republic of Bulgaria.  
www.bgregio.eu

Operational programme  
"Regional Development"  
2007 - 2013

В допълнение към основните творчески посоки, които ще бъдат адаптирани към отделните комуникационни канали, прилагаме и две примерни визуализации за публикации в специализирано туристическо печатно издание.



Cultural, eco and festival tourism  
in the Municipalities of Ruse, Ivanovo, Borovo

Stand on the shores of the Danube and listen to the river. It will tell you about the beauty of little Vienna —Ruse, where the Roman age, the Baroque aristocracy and the lively modern times blend. We will remind you about the majesty of nature, which you can feel in the beautiful park Rusenski Lom or in the Orlova Chuka cave, the protected area Vekovna Tserova Gora (Centuries-old oak forest) and the natural sight of interest Dikilitash near Ivanovo. It will enchant you with legends about the ancient Thracians, which you can discover in the silver treasure from the time of the Odrysian king Cotys I in the History Museum in Ruse.

The rivers of time continue their course and today they carry the sound of numerous cultural events — theRuse Carnival, the festival “March Music Days”, the Autumn days of art and culture, etc. Are you still choosing a place to spend your holiday? Feel for yourself the incredible combination of European spirit and culture as well as ancient history in the region Ruse, Borovo and Ivanovo.




THE RIVERS OF TIME PROJECT.  
The project is funded by the European Regional Development Fund and by the government budget of the Republic of Bulgaria.  
[www.bgregio.eu](http://www.bgregio.eu)





**RIVERS OF TIME**  
www.ruse-bg.eu/reki\_fia\_vremeto



**A memory  
for the future**

Cultural, eco and festival tourism  
in the Municipalities of Ruse, Ivanovo, Borovo

Stand on the shores of the Danube and listen to the river. It will tell you about the beauty of little Vienna —Ruse, where the Roman age, the Baroque aristocracy and the lively modern times blend. We will remind you about the majesty of nature, which you can feel in the beautiful park Rusenski Lom or in the Orlova Chuka cave, the protected area Vekovna Tserova Gora (Centuries-old oak forest) and the natural sight of interest Dikilitash near Ivanovo. It will enchant you with legends about the ancient Thracians, which you can discover in the silver treasure from the time of the Odrysian king Cotys I in the History Museum in Ruse.

The rivers of time continue their course and today they carry the sound of numerous cultural events — theRuse Carnival, the festival “March Music Days”, the Autumn days of art and culture, etc. Are you still choosing a place to spend your holiday? Feel for yourself the incredible combination of European spirit and culture as well as ancient history in the region Ruse, Borovo and Ivanovo.



Приемаме да се считаме обвързани от задълженията и условията, поети с офертата ни до изтичане на **180** (сто и осемдесет) календарни дни, включително от крайния срок за получаване на офертите.

Гарантираме, че сме в състояние да изпълним качествено поръчката в пълно съответствие с гореописаната оферта.

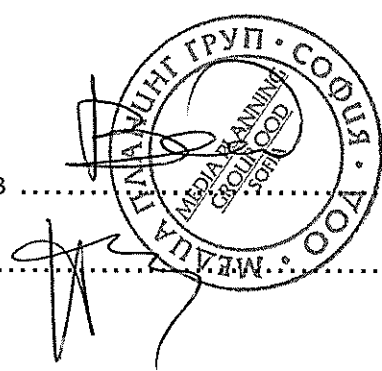
Прилагаме:

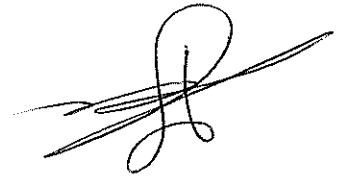
План-график за изпълнение на дейностите, включени в предмета на поръчката.

14.09.2015 г.

Йордан Йорданов .....

Боян Панчев .....





**ПРИЛОЖЕНИЕ**

**ПЛАН-ГРАФИК ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ДЕЙНОСТИТЕ,  
ВКЛЮЧЕНИ В ПРЕДМЕТА НА ПОРЪЧКАТА**

