

Такая реальная жизнь

Проект продвижения клуба
Midnight и привлечения новой
целевой аудитории

Проект: продвижение ночного клуба Midnight среди премиум-сегмента. В кратчайшие сроки необходимо повысить известность клуба и привлечь новую целевую аудиторию, которая станет посещать Midnight регулярно, принося стабильный доход.

Проект предлагается назвать «Такая реальная жизнь».

Клиент: администрация популярного ночного клуба Midnight.

Сроки: планируется реализовать выбранную стратегию в максимально краткие сроки, т.к. начинается так называемый «высокий сезон»- время активного посещения ночных клубов и развлекательных заведений (весна-лето). Предположительное время проведения специальных мероприятий: 5.04.2013 – 12.05.2013 гг.

Проблематика: постоянный пул клиентов не приносит достаточного дохода, поэтому необходимо привлечь новую платежеспособную целевую аудиторию 27-35 лет: состоятельных, зарабатывающих от 80 тыс. руб. в месяц мужчин и женщин, которые готовы проводить время и тратить деньги в ночном клубе Midnight регулярно.

ЦА: премиум-сегмент – юноши и девушки от 27 до 35 лет с доходом от 80 тыс. руб в месяц.

Цели и задачи:

- продвижение ночного клуба Midnight, - повышение его известности
- расширение целевой аудитории до премиум-сегмента
- увеличение прибыли

Стратегия: достижение поставленных целей, как можно быстрее, для этого необходимо действовать немедленно и максимально эффективно

Тактика:

- задействовать максимальное количество каналов коммуникации, предложенное бренд-журналистикой
- донести идею «миссию», идею клуба до ЦА
- создать историю клуба, тем самым привлечь к нему внимание и увеличить посещаемость

Практические действия:

- заключить контракт о сотрудничестве с профессиональным журналистом (не блоггером), который будет найден по рекомендации компетентных лиц.
- «реанимировать» (или создать новый) сайт, который будет иметь вид самостоятельного яркого новостного проекта, рассказывающего о жизни клуба, его сотрудников и посетителей в отдельности. На это нужно обратить особое внимание: регулярно обновлять life-story, наполнять ленту «случайными» фотографиями, уделять внимание мелочам и подробностям, чтобы у читателей создавалось ощущение диалога, вовлеченности в эту «клубную, но такую реальную жизнь»

- новым посетителям, подходящим под категорию выбранной ЦА, предлагается написать короткие очерки-впечатления о проведенном в Midnight досуге, эти работы будут подкреплены «живыми» иллюстрациями и опубликованы в «самиздате» клуба - книге-газете, которая будет иметь вид летописи, составляемой сотрудниками, гостями, администрацией и приглашенными звёздами

- дизайн сайта, внутреннего и внешнего интерьера необходимо изменить – нанести пожелания, стихи и комплименты о клубе на стены. При появлении новых «рукописей», добавлять их, акцентировать на них внимание, показывать на рост и развитие клуба, на динамику посещений
- нанятый журналист освещает события и новости в журналах «Ваш досуг», «Афиша», на сайтах InOut.ru, Afisha.ru, Menu.ru, Restaurator.ru, а также на других ресурсах, в региональной прессе, развлекательных и деловых журналах

- на страницах JJ начинаем вести еженедельно (обновляющийся не чаще одного раза в неделю, чтобы удержать и развить интерес, сделать появление записи искренне желанной) обновляющийся блог, который имеет вид репортажа: читателю передаётся ощущение реальности событий, их «он-лайнности»: фотографии, комментарии, «история одного человека» обязательны. Чтобы привлечь нужную нам аудиторию необходимо проработать сегмент B2B6 обеспечить подписку крупных компаний на нашу учетную запись (здесь подойдёт своеобразный кросс-промоушен, взаимная подписка и ретрансляция их сообщений – нашу ленту это не испортит, а аудиторию обеспечит).

- реализуем интересную идею: директор (или другое «должностное» лицо клуба дают свой номер телефона vip-клиентам для того, чтобы вторые могли в выходной день заказать себе столик или обеспечить место в клубе, в свою очередь мы организуем смс-рассылку интересных историй и фактов о нашем клубе и из смежных сфер; например, «Секрет отличного Мохито в мяте, которую держали под прессом в течение минуты», «За ночь в Midnight слово «люблю» в среднем произносится 50 раз, а «хочу» - около двухтысяч, узнайте почему», а так же ИСТОРИИ с красивой фабулой.

- запуск в сеть и в частности на свой сайт серии короткометражных фильмов из жизни сотрудников: аниматора, танцовщицы, охранника, бармена, официантки, хостес, повара, арт-директора, промоутера. Идея заключается в продвижении клуба через размышления о жизни его сотрудников – у каждого своя история и своя роль в работе клуба. Серии выходят раз в две недели, продолжительность каждой не более 20 минут (чтобы зритель, он же клиент не утомился и был заинтересован), каждая серия имеет открытый финал, мы заставляем нашего зрителя «включаться» в работу, думать, рефлексировать.

- на сайте от лица владельцев запускаем рубрику «Откровенности», в которых администрация рассказывает от чистого сердца о своих ошибках, ведет личный разговор с посетителями о насущном, цель та же: заставить включиться клиентов, сделать так, чтобы они целиком и полностью жили жизнью клуба, его переживаниями, и его историей

- через тексты на сайте, в книге-газете, прямое общение с персоналом клуба мы доносим идею уникальности такого заведения, как Midnight, его близости и откровенности по отношению к своим клиентам. Клуб собирает огромное количество молодых успешных здоровых и обеспеченных людей, но позволяет каждому из них почувствовать свою индивидуальность, принадлежность клубу, свой с ним секрет; через визуальное восприятие и обдумывание данной нами информации реципиент ведет себя так, как нами и было запланировано – он становится нашим постоянным клиентом, по крайней мере до тех пор, пока мы умеем его заинтересовывать.

Результаты: реализованный проект можно назвать по-настоящему эффективным, т.к. выполнены поставленные цели и задачи:

- клуб Midnight стал известным, был сформирован бренд «Midnight», повысилась его узнаваемость
- расширена целевая аудитория - завоеван премиум-сегмент, который доверяет клубу, чувствует общность с ним и теми, кто в нём работает, с удовольствием проводит там время
- была увеличена прибыль за счёт увеличения числа посещений клуба и привлечения новой ЦА.

Результаты превзошли все ожидания.