

# Расширение аудитории Midnight

Подготовила студентка 4 курса  
Факультета прикладных  
коммуникаций  
Груздева Маргарита

# Наш PR-субъект

## *Клуб Midnight*

Вместимость – 1000 человек.

Аудитория: девушки и молодые люди 18-25 лет.

Музыка: популярные городские диджеи.

Дресс-код, фейсконтроль.



# Цель

Расширить целевую аудиторию клуба до сегмента premium:

Молодые люди и девушки 27-35,

Доход от 80 тысяч рублей/месяц.

# Задача

Разработать стратегию и платформу для бренд-журналистики как инструмента продвижения ночного клуба Midnight

# GOLOS

Digital publishing platform

# Message

Позиционирование клуба как модного элитного места для интеллектуальной молодежи 27-35 лет.

Сообщение: Будни – обучение, спорт и любимое хобби, выходные – отдых со вкусом в Midnight!

# Расширяем целевые группы общественности

- 1) Основная (молодые люди и девушки 18-25 и 27-35)
- 2) Промежуточная (лидеры мнений)
- 3) Помогающая (СМИ)

# Основная группа

- Тематические вечеринки (каждые выходные выбирать один музыкальный жанр или музыка определенной страны);
- Иностраные DJs;
- Выступление профессиональных танцевальных групп (призеров международных конкурсов);

# Промежуточная

- Приглашение лидеров мнений как экспертов на Open Knowledge Session;
- Создание фотогалереи и книги отзывов на сайте клуба от селебрити-гостей клуба;
- Создание вирусной видео-хроники на сайте (что было на вечеринке/тизеры для будущих);

# Помогающая

Медиаканалы:

- The Village
- Music Travel News
- “Архив девяностых” (Архив девяностых – проект, посвященный танцевальной культуре России последних одиннадцати лет двадцатого века. Это живые миксы диджеев на волнах радиостанций и в клубах, кассеты вышедшие в то время, молодежные журналы, флаеры вечеринок, фотографии)
- И другие

# Мероприятия в дневное время

В дневное время клуб будет служить площадкой для **Open Knowledge Session** – комплекс открытых мероприятий (свет, стулья, проектор с экраном)

Предполагаемые темы:

- Что такое настоящий хипстер? ;
- Тренды в дизайне интерьеров;
- Где границы современного искусства?;

# Интерактив с читателем/потребителем

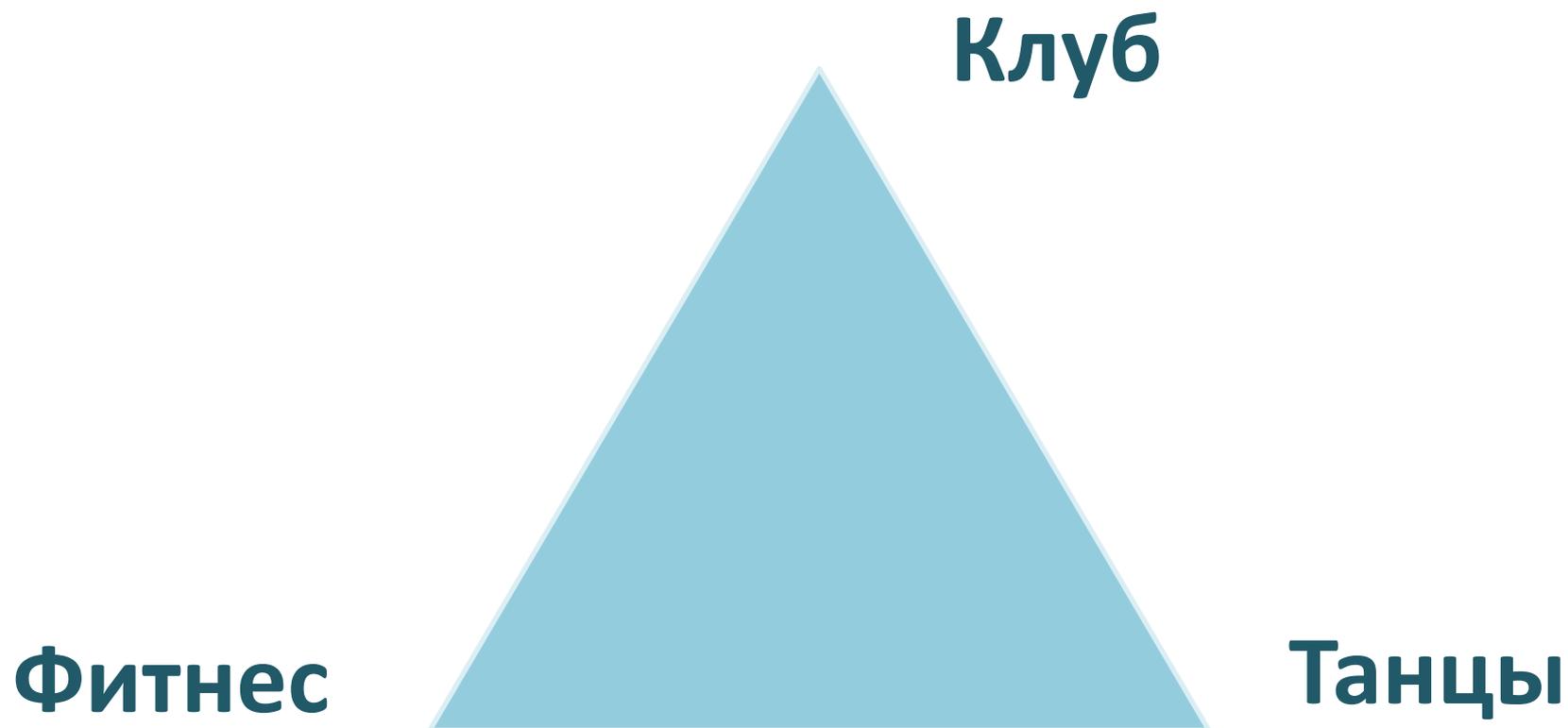
- Видео- и twitter-трансляция лекций;
- вопросы экспертам по skype;
- публикации о лекциях на сайте  
(комментарии, социальные кнопки);

# Мобильное приложение

- Платформа GOLOS на iOS и Android
- Мобильная версия сайта
- Привилегии установившим приложение (бесплатное посещение одного из мероприятий клуба)

Партнерство

# 1. Кобрендинговый проект GOLOS



# Концепция

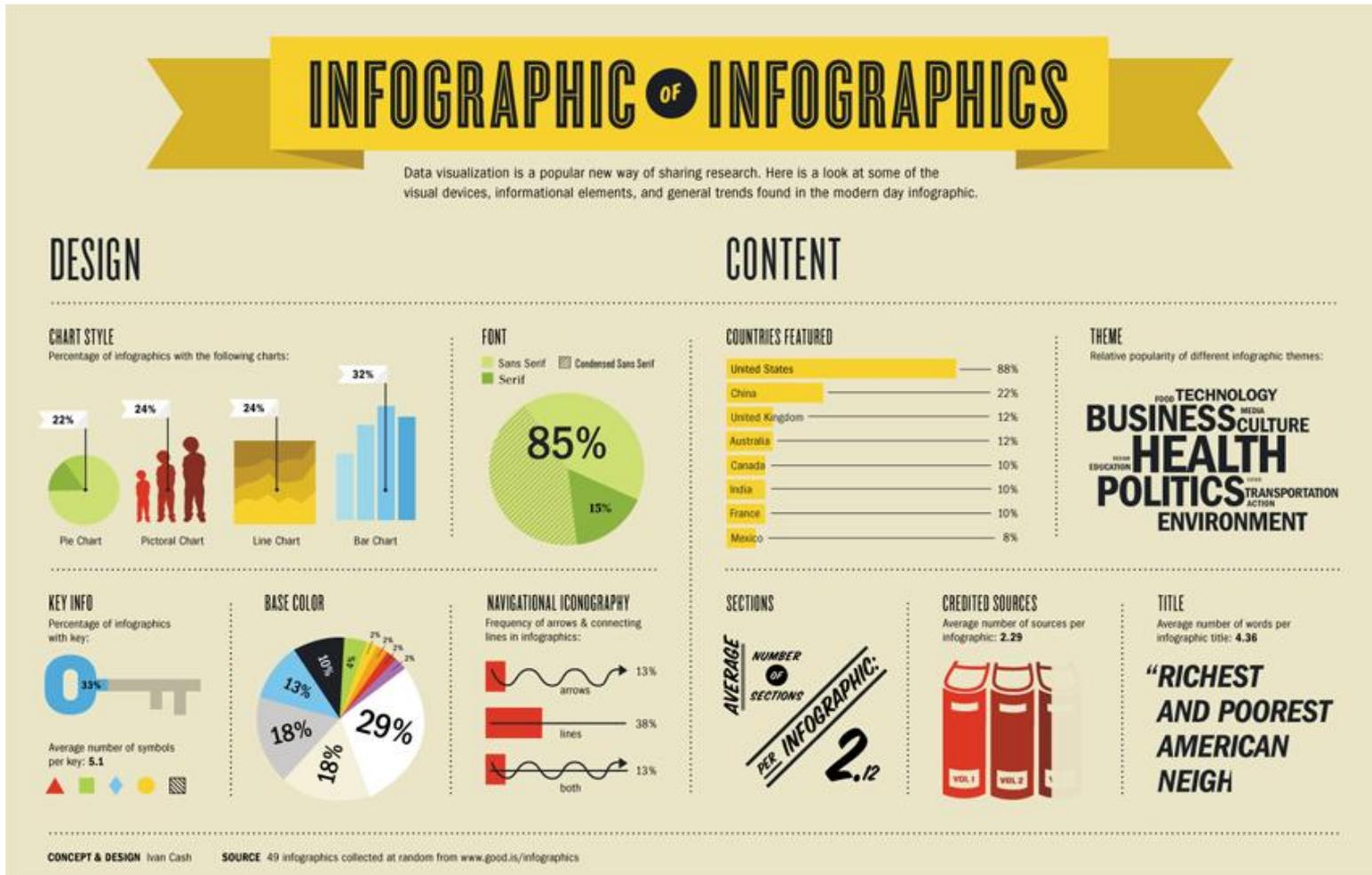
Приобретая карту GOLOS, человек получает кроме возможности участвовать как в дневных проектах клуба, так и в ночных, еще и посещать мероприятия в танцевальной индустрии Санкт-Петербурга, научиться любимому стилю танца, причем по здорово сниженной цене. И третье преимущество. У владельца карты GOLOS будет в распоряжении занятия фитнесом на протяжении двух месяцев. Будни – Open Knowledge Session, спорт и любимое хобби, выходные – с друзьями в модном местечке Midnight!

Таким образом формируется определенный статус у владельцев карты GOLOS, lifestyle.

Если человек им является, то:

- он с активной позицией
- он мобилен
- он коммуникабелен
- в приоритете здоровый образ жизни
- он уверен в себе
- обладает эстетическим вкусом

# 2. Совместное создание инфографики на тему клубной индустрии



Партнер: журнал «Инфографика»

# 3. Проект по созданию мультфильма

На платформе GOLOS кроме видео-хроники создаем отдельный блог, посвященный созданию мультфильмов в клубе совместно с **анимационной студией «Мельница»**.

В блоге:

- Публикации профессионалов, рейтинги
- Видео-backstage с мероприятий Open Knowledge Session, привязанных к этому направлению
- Первые плоды совместной деятельности
- Вебинары по основам анимации

# Результат

По итогам прошедших мероприятий можно будет смело заявить, что клуб Midnight создал новую креативную площадку в Санкт-Петербурге с digital-платформой высокого уровня. Суть платформы GOLOS – новостной проект в формате «бренд-журналистики».

И кроме этого, сформирован lifestyle с определенным видением и ценностями.

# Направления продажи GOLOS:

- прямая продажа участия в мероприятиях платформы;
- кобрендинговый проект;
- совместные с другими брендами блоги;
- платные pro-версии мобильного приложения

**Спасибо за внимание!**