

---

для глянцевого журнала

---

НЕЙМИНГ

о путешествиях дикарём

# Целевая аудитория

Молодые люди и девушки в возрасте от 20 до 30 лет (ядро 22-26). Имеют средний и выше среднего доход. Учатся и работают или просто работают. Могут позволить себе путешествовать 2-4 раза в год. Не привязаны к месту работы. Общительные, любознательные, ответственные и находчивые. Ценят свободу выбирать. Совершенствуют знание языков. Читают тематические ресурсы и литературу. Серьёзно относятся к планированию и растратам.



**TRAVELTIME**

# TRAVELTIME

- «Время путешествовать!»
- Лаконичное мотивирующее название
- В названии можно проследить чёткую апелляцию к аудитории, не представляющей свою жизнь без путешествий
- Читатель обязательно находит время и ресурсы для исследования мира



# К р у з е н ш т е р н



# Крузенштерн

- Ещё со школьной скамьи мы знаем эту звучную фамилию, которая непременно ассоциируется с уроками географии и кругосветными путешествиями.
- И.Ф. Крузенштерн совершил первую русскую кругосветную экспедицию
- Ассоциации: мореплаватель, экспедиция, путешествие, путь, парус



Налегке



# Налегке

- Название отсылает нас к определённому настроению, которое ассоциируется с лёгким на подъём человеком
- Он подвижен, легко, с готовностью принимает участие в путешествиях и различных начинаниях



# Terrasee



# Terrasee

- Название предлагает читателю самостоятельно посмотреть на планету Земля и полюбить разнообразие её красок
- Terra (лат.) – почва, земля
- See (англ.) – смотреть, видеть
- Ассоциации: незамыленный, свежий, чистый взгляд

# *Terra incognita*





# Terra incognita

- Буквально в переводе с латинского - неизвестная земля.
- Мы так мало знаем о своей планете, но мы так любим всё неизведанное, поэтому предпочитаем путешествовать дикарём.
- Ассоциации: земля, девственная природа, чистота, загадка

Not all inclusive



# Not all inclusive

- Мы не родились с пакетом услуг «Всё включено», но разве это плохо?
- Когда включено не всё, есть возможность включиться самому и ощутить все прелести самостоятельного выбора маршрута, меню, отеля, экскурсии и других опций
- Ассоциации: внутренний протест против скучного пляжного отдыха по системе «всё включено»



A dark, moody landscape featuring a stormy sky with heavy, dark clouds. Below the sky is a dark, calm body of water. In the foreground, a thin layer of white foam from a wave washes onto a dark, sandy beach. The overall atmosphere is somber and dramatic.

# The Wild Wind

# The Wild Wind

- Ты слишком молод и дерзок для стандартных туров, тогда The Wild Wind для тебя.
- Живёшь порывами и любишь яркие эмоции, The Wild Wind понимает тебя.
- Ты бы обошёл весь свет? Возьми с собой The Wild Wind – твой попутный ветер. (или дикий)
- Ассоциации: необузданный, первозданный, безлюдный непроходимый; свобода, море, небо, парус, заповедник, джунгли



Ручная кладь





# Ручная кладь

- За спиной рюкзак, а в руках журнал с советами бывалых путешественников, ведь ты всегда готов к приключениям.
- Ассоциации: берег, сумка, самолёт, пароход,
- Журнал «Ручная кладь» – альтернатива типичным рекламным журналам в самолётах

# Пилигрим



# Пилигрим

- Потому что пропадаешь в странствиях по свету
- Потому что путешествия для тебя это жизнь
- Пилигрим в переводе с лат.(peregrinus) - чужеземец. Ты часто оказываешься в роли чужеземца и не устаёшь быть им.
- Ассоциации: добрый, мудрый, любезный, храбрый; странник, путник, паломник, британский музыкант Кен Хенсли

# Creatours





# Creatours

- Твои мечты осуществимы в реальных странах. Ты можешь найти сокровища, дикие племена, влюбить в себя заморскую красавицу и всё, что угодно, потому что ты идейный вдохновитель и креатор собственного путешествия!
- В переводе с английского:
- Create – создавать, задумывать. Выбор глагола не случаен. Важно подчеркнуть творческое начало и потенциальное авторство участника
- Tour – тур, поездка



Creative copywriters:  
[gulnaz.ra@gmail.com](mailto:gulnaz.ra@gmail.com)  
[vodova94@mail.ru](mailto:vodova94@mail.ru)