

Настольная экономическая игра «РЫЧАГИ ВАШЕЙ СВОБОДЫ»

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ
НАСТОЛЬНОЙ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ
«РЫЧАГИ ВАШЕЙ СВОБОДЫ»
СЕЗОН-2006

(С) Рекламное агентство «ГрАни», г.Казань

Май 2006 г.



Основные цели рекламной кампании:

- **Существенно усилить позиции игры «РВС» на рынке, сделать ее популярной и доступной для широкой аудитории.**
- **Активизировать продажи игры.**
- **Заложить основу для дальнейшего развития и расширения бизнеса «РВС».**

Предпосылки:

- Стремительное развитие российской экономики вызвал переворот в сознании большого числа людей в отношении к деньгам и инвестициям.
- Широкое распространение книг, учений и игр Р.Кийосаки сформировал широкую аудиторию его приверженцев и почитателей.
- Тем не менее адаптация игр Р.Кийосаки к реалиям российской экономики и жизни НЕДОСТАТОЧНА, и как следствие некоторое разочарование пользователей этих игр.
- Отсутствие (либо дефицит) в широкой продаже игр Р.Кийосаки и «сложность» (в т.ч. высокая цена) их заказа через Интернет.
- Наличие не удовлетворенного спроса на НОВЫЕ ИГРЫ – более усложненные, более интересные и разнообразные, более приближенные к российским реалиям.

Анализ продукта: Сильные стороны

- **Полезная идеология и содержательная начинка, основанная на популярной философии Р.Кийосаки;**
- **Адаптирована к реальной российской экономике и специфике;**
- **Добавлены новые функции и возможности, ход игры стал более интересным и более непредсказуемым;**
- **Эта Игра для широкого круга потребителей все еще является НОВИНКОЙ;**
- **Доступная цена.**

Но есть и недостатки...



Анализ продукта: Слабые стороны и угрозы

- **Сложные правила, особенно для новичков не знакомых с книгами Р.Кийосаки;**
- **Слабое, устаревшее и не модное оформление игры, отсутствие четкой идентификации торговой марки. Внешний вид упаковка не дает ощущения «фирменности» товара;**
- **Низкое качество материалов из которых игра изготовлена, соответственно короткий срок ее эксплуатации, и невысокая цена лишней раз это подчеркивает;**
- **Игра не известна широкому потребителю, не раскручена, и не доступна в розничной продаже;**
- **Высока вероятность появления на рынке сильного и более качественного конкурента.**

Но перспективы все же есть!



Анализ продукта: Перспективы развития

- **У продукта есть все шансы на успех при условии его модернизации, развития (создание линейки аналогичных продуктов для разных возрастных и отраслевых сегментов), и активного продвижения на рынке;**
- **Создание и запуск коммерческой on-line версии продукта;**
- **Запуск других родственных коммерческих направлений бизнеса (видео-тренинги) в т.ч. и с целью продвижения данного продукта;**
- **Поддержка социума игроков «РВС» в т.ч. и в коммерческих целях (фестивали, открытые турниры).**

Целевая аудитория: Социально-демографический портрет **Мужчины, женщины, подростки активного возраста, из широких социальных слоев с уровнем достатка от ниже среднего до высокого. Учатся или временно не работают, или работают в самых разных профессиях.**



Целевая аудитория: Психографический портрет

Живут в ногу со временем.

Целеустремленные. Стремятся к получению новых знаний. Амбициозны и азартны, верят в удачу.



Целевая аудитория: Психографический портрет

Мечтают продвинуться по социальной лестнице и обрести финансовую свободу. Но в тоже время они вряд ли откроют свое дело в ближайшей перспективе. С удовольствием будут играть в игру совершенствуя свои экономические навыки, заменяя ею реальность и приближая свою мечту о богатстве.



Целевая аудитория: Целевые группы воздействия

1. Читали книги Р.Кийосаки, возможно даже играли в его игры.

Наиболее лояльны и перспективны в плане воздействия. Их достаточно просто проинформировать: Новинка. Доступна в свободной продаже. Адаптирована под российский рынок. Есть дополнительный сервис и поддержка со стороны разработчиков. Доступна по цене.

2. Не читали книг Р.Кийосаки и не слышали о нем, либо знают понаслышке.

Требуется рекламное и информационное воздействие.

3. Партнеры. Оптовые и розничные продавцы.

Знают о книгах Р.Кийосаки, поскольку их продают или продавали. Необходимо убедить их в целесообразности и выгоды сотрудничества. Требуется рекламное и информационное воздействие. Выстраивание логистики.



Рынки сбыта:

Товар специфичен, поэтому для обеспечения требуемого объема продаж необходимо максимально расширить географию сбыта.

Крупные города России и СНГ:

Москва

Санкт-Петербург

Нижний Новгород

Казань

Самара

Волгоград

Уфа

Пермь

Екатеринбург

Челябинск

Новосибирск

Красноярск

Ижевск

Тверь

Ростов-на-Дону

Краснодар

Владивосток

и др.

Киев

Минск

Алматы

и др.

Стратегия сбыта:

Необходимо, пересмотреть или отказаться от используемых ранее методов сбыта:

- через торговых представителей;
- посредством сетевого маркетинга;
- прямых мелкооптовых продаж;
- и других «не солидных» методов.

Но выстроить «солидную» дистрибьюторскую сеть:

- Оптовые книготорговцы (Москва, Питер, и др.)
- Крупные книжные магазины и сети
- Крупные торговые сети (Metro, Перекресток, Комус)
- Кийосаки-Клубы
- Солидные Интернет-магазины



Стратегия сбыта:

Это позволит нам:

- сделать наш товар более известным;
- сделать его доступным широкому потребителю;
- повысить его статус;
- упростить логистику и снизить расходы по доставке;
- планировать шаги по дальнейшей разработке и модернизации;
- контролировать дальнейшее производство и сбыт.

**Одним словом работать на светлое
БУДУЩЕЕ нашего Бренда.**



Маркетинговая стратегия: Комплекс мероприятий

- 1. Разработать новый единый и универсальный фирменный стиль;**
- 2. Изготовить и запустить на рынок новую версию продукта в новой упаковке;**
- 3. Укомплектовать новую версию бонусным DVD-диском (презентация, обучение, советы и прочее);**
- 4. При изготовлении продукта и упаковки использовать только качественные и практичные материалы;**
- 5. Повысить цену на новую версию, а старую (эконом-версию) распродать по прежней цене.**

Кроме этого...



Маркетинговая стратегия: Комплекс мероприятий

6. Начать выстраивание дистрибьюторской сети из числа самых лояльных партнеров (книжные магазины торгующие книгами Р.Кийосаки). В идеале найти одного крупного оптовика-книготорговца (в Москве);
7. Для этого вступить с ними в переговоры, снабдив их всеми необходимыми демонстрационными и промо-материалами;
8. Договориться и требовать от них единой ценовой политики (в т.ч. и по каналам интернет-продаж, без учета доставки конечному потребителю);
9. Обеспечить доставку необходимых им партий товара;

Но и это еще не все...

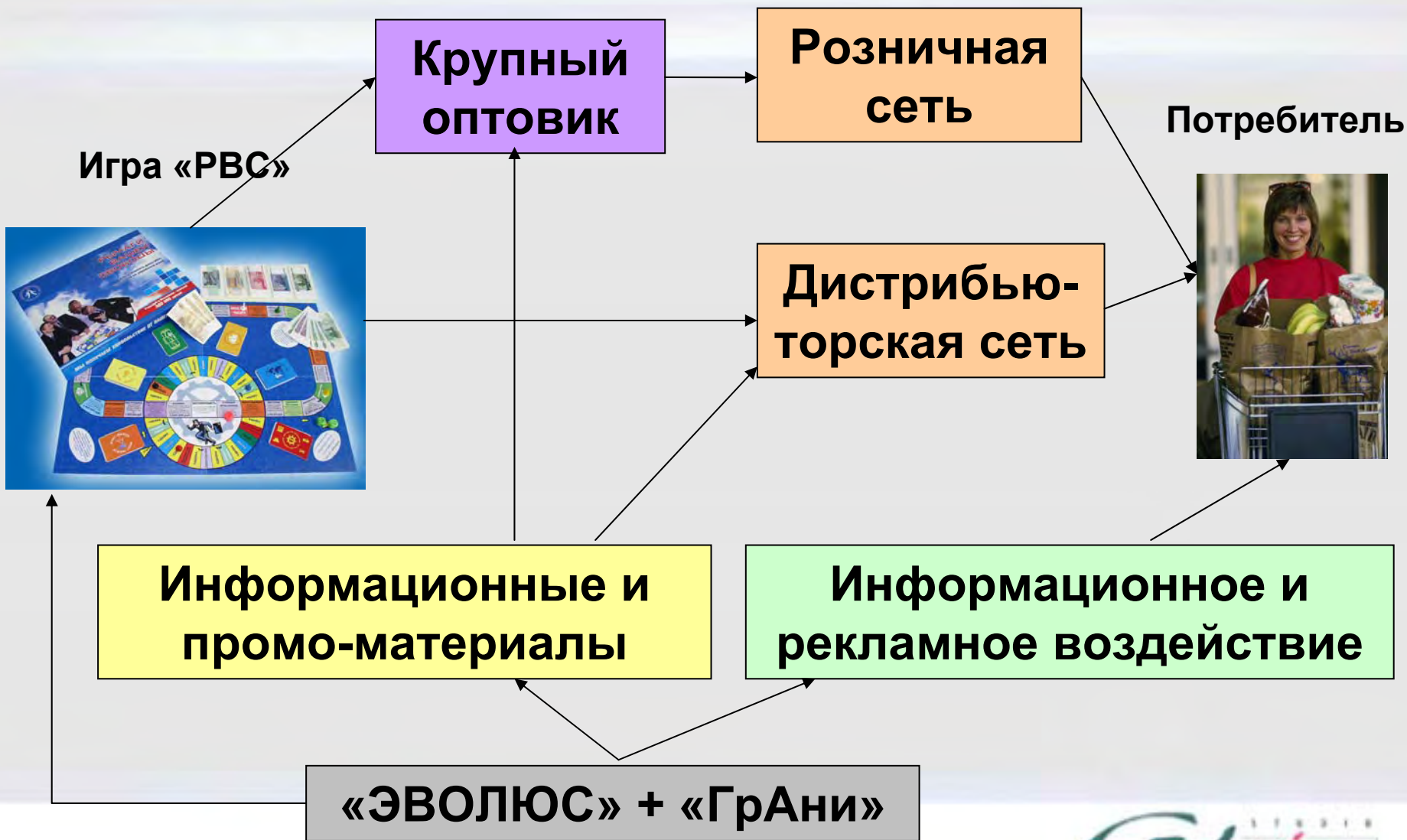


Маркетинговая стратегия: Комплекс мероприятий

- 10. Обеспечить им необходимую информационную поддержку;**
- 11. Для этого , в первую очередь, необходимо разработать, изготовить и запустить новый сайт в Интернете с указанием адресов и телефонов организаций в которых можно приобрести наш продукт;**
- 12. Изготовить необходимые рекламные и промо-материалы для продвижения;**
- 13. Реализовать поэтапную рекламную и промо-кампанию (см. раздел «Коммуникативная стратегия»);**

**Стратегия продвижения в графическом виде
выглядит так...**





Коммуникативная стратегия: Партнеры

Прямые контакты и почтовая рассылка

Инструменты:

- Письмо – коммерческое предложение
- Экземпляр игры
- Презентационный DVD-диск
- Обложка DVD он же рекламный проспект
- Комплект промо- и POS-материалов

Поддержка промо-акциями в местах продаж

Коммуникативная стратегия: Приверженцы Р.Кийосаки

Реклама в Интернет

Инструменты:

- Отдельный сайт игры «РВС» (простой адрес сайта)
- Активное продвижение сайта в поисковиках, повышение рейтинга сайта
- PR – через тематические форумы, статьи и новости с ссылкой на сайт
- Изготовление рекламного банера и размещение его на не дорогих сайтах (политика, бизнес, финансы, маркетинг, обучение, образование, тренинги и т.п.)
- Запуск «вируса» через форумы (прикольный видеоролик)

Коммуникативная стратегия: Не читавшие книги Р.Кийосаки

- **Реклама в Интернет**
- **Реклама в отраслевых и бизнес журналах**
- **Реклама в книгах по экономике и бизнесу (через издательства)**
- **Промо-акции в местах продаж (через местные BTL-агентства)**
- **Выставки, семинары, конференции, тренинги**
- **Реклама в кинотеатрах**

Реализация в зависимости от финансовых возможностей.



Коммуникативная стратегия: Заключение

- Предлагаемый комплекс маркетинговых коммуникаций, позволит воздействовать на все целевые группы потребителей.
- На каждую целевую группу потребителей оказывает воздействие не один коммуникационный канал, а комбинация из нескольких каналов, которые в совокупности позволят эффективно охватить всю интересующую нас целевую аудиторию.

Задачи рекламной кампании:

- **Убедить партнеров в выгоды сотрудничества.**
- **Проинформировать большое число людей о продукте.**
- **Повысить известность продукта и его узнаваемость.**
- **Сформировать нужное отношение к продукту.**
- **Сформировать устойчивый спрос.**
- **Стимулировать покупки.**

Переходим к творческой части презентации



Творческая разработка:

Общий объем:

- **Новый фирменный стиль (Brand-Book)**
- **Новая упаковка**
- **Рекламный ролик для кинотеатров**
- **Презентационный DVD (с видео-инструкцией)**
- **Идея промо-акции и промо-материалы**
- **Web-сайт и рекламные материалы для интернета**
- **Представительская и сувенирная продукция**
- **POS - материалы**



Творческая разработка: Фирменный стиль



То, что предлагается.

Новый фирменный стиль обеспечивает более четкую, яркую и эмоциональную идентификацию торговой марки «РВС». Вместо конкретных типажей используются образы, тем самым, остается связь с предыдущей версией.



Творческая разработка: Фирменный стиль, упаковка



На упаковку выносятся все основные продающие моменты игры, в т.ч. и самый важный – наличие бонусного DVD.



Эскиз коробки

Студио
Студио

Творческая разработка: Презентационный DVD-диск

DVD-диск представляет собой видео-инструкцию.

Основу контента DVD-диска составляет постановочный видеоматериал – съемка реальной игры с объяснениями ведущего (Беляева Ильдара – одного из разработчиков этой игры)

Такой подход позволит максимально визуализировать смыслы и правила игры, и поможет зрителю идентифицировать себя с отдельными игроками.



Творческая разработка: Презентационный DVD-диск



Эскизы меню



Творческая разработка: Рекламный ролик

Идея ролика: Ролик строится на контрасте внешности главных героев и их «игрового статуса». Данным контрастом мы доносим до зрителя главную мысль – любой человек может добиться финансового успеха (по крайней мере в игре).

Специфика съемки: Рваная динамика, замедления и резкие переходы камеры.

Ролик состоит из трех частей:

Вступление: Привлекает внимание, создает интригу, дает отправную точку для развития сюжета.

Основная часть: Раскрывает основную сюжетную линию ролика.

Информационная часть: Раскрывает суть рекламируемого продукта.

Хронометраж: 60 секунд

Ролик используется в кинотеатрах совместно с проведением промо-акции.



Творческая разработка: Рекламный ролик

Закадровый текст:

В этой игре высокие ставки..., хотя играют в нее самые обычные люди...

Сейчас он щедрый меценат... и жертвует миллионы на благотворительность...

А его называют акулой большого бизнеса...

Этот продает людям счастье... иногда даже в кредит...

А эти милые дамы владельцы крупного металлургического комбината...

Все они очень разные... Но у них одна игра и одна цель – победить в этой игре... овладев силой больших денег!

Рычаги Вашей Свободы – настольная деловая игра...

Играй! Мысли! Побеждай!

Посмотрим прототип этого ролика?



Творческая разработка: Рекламный ролик

Типажи главных героев:

- 1. Гламурная девушка (одна или с подругой).**
- 2. «Ботаник» - худощавый парень в скромной одежде и смешных очках.**
- 3. Молодой мужчина «Сердцеед» со своей «крошкой».**
- 4. Крупный мужчина с жестким лицом. Внешне похож на «бандита».**

Посмотрим прототип еще раз?



Творческая разработка: Промо-акция

Цель акции: проинформировать целевую аудиторию о поступлении игры «РВС» в свободную продажу, стимулировать интерес к ней, активизировать продажи.

Место проведения: крупные торговые центры, кинотеатры.

Время проведения: выходные дни

Длительность акции: 2 дня по 6 часов

Реквизит: Белая (или зеленая) рубашка, галстук, бэдж «РВС»

Участники: 2 промоутера (парень и девушка) на 1 промо-точку

Механика: промоутеры раздают флайеры посетителям. При расспросах более подробно объясняют – что это за игра, где ее можно купить, сколько она стоит.

Что представляет из себя флайер?



Творческая разработка: Промо-акция. Флайер



С одной стороны это \$100 банкнота, а с другой...

Творческая разработка: Промо-акция. Макет флайера



The flyer features a green background. On the left is a 3D cube logo with 'P' on top, 'B' on the left, and 'C' on the right. To its right, the text reads: 'У Вас \$100!' in large white letters, followed by 'Что Вы с ними сделаете?' and a list of three options: '- обменяете на акции крупных предприятий;', '- сыграете на бирже;', and '- потратите на себя;'. Below this, it says 'Чтобы Вы ни решили, игра "РВС" научит вас эффективно управлять деньгами, даже теми, которые свалились с неба!' and provides the URL 'http://www.odrvs.ru'. On the right side, there is a tilted image of the game box 'Рычаги Вашей Свободы' with silhouettes of people and a CD-ROM.

У Вас \$100!
Что Вы с ними сделаете?

- обменяете на акции крупных предприятий;
- сыграете на бирже;
- потратите на себя;

Чтобы Вы ни решили, игра "РВС" научит вас эффективно управлять деньгами, даже теми, которые свалились с неба!

<http://www.odrvs.ru>

Это эскиз обратной стороны флайера

Творческая разработка: Сайт игры «РВС»

Сайт должен быть полностью посвящен игре «РВС» и только ей. Не должно быть упоминаний об «Образовательном движении РВС», или «Образовательной программе РВС». Этот сайт должен быть особым «миром» - миром игры «РВС», которая открывает пользователю иную реальность.

Кроме всего прочего на сайте должен быть раздел или отдельный вход в коммерческую on-line игру «Рычаги Вашей Свободы».

Разработка и запуск такого сайта требует очень серьезного подхода. Основное внимание уделить бизнес-планированию on-line ресурса.



Творческая разработка: Сайт игры «РВС».

В творческом плане сайт во многом перекликается с DVD-диском. Он представляет собой мультимедийный ресурс с максимальными возможностями интерактива. На сайте «живут» некие виртуальные герои, через которых строится логика сайта. Это Большой Чиновник (бедный папа); Бизнесмен (богатый, еще не папа); Студент (сын или дочь); Бухгалтер (бедная мама); Топ-менеджер (богатая, еще не мама); Инвестор.

Идеология такого подхода помогает максимально визуализировать смыслы игры и помогать аудитории идентифицировать себя с отдельными персонажами, кого-то любить, кого-то не принимать всерьез. Разработанные виртуальные персонажи, таким образом, чувствуют себя хозяевами на сайте и могут представлять любую рубрику как авторскую.

www.igranadengi.ru

www.rvsgame.ru

www.rvsigra.ru

www.igrarvs.ru

Свободные адреса для сайта →



Творческая разработка: Сайт игры «РВС». Структура.

1. Смыслы игры

- 1.1 История игры (как возникла идея разработать российскую версию игры Р.Кийосаки)
- 1.2 Философия игры (в чем суть игры, почему она больше, чем просто игра и чем отличается от других)
- 1.3 Особенности РВС

2. Игра по правилам

- 2.1 Описание игры
- 2.2 Основные правила
- 2.3 Пробная игра

3. Он-лайн игра (Должны быть уровни игроков: новичок, профи, мастер. Новичок играет без денег. Игра для профи и мастера на деньги).

- 3.1 Регистрация участника
- 3.2 Оплата ставки за участие
- 3.3 Личный счет

4. Тайные пружины игры

- 4.1 Секреты мастеров
- 4.2 Игровые коммуникации

5. Форумы (модераторами являются наши персонажи)

5.1. Дневник

5.2. Мой дневник (блоги, которые ведет сама аудитория)

6. РВС-сообщество

- 6.1 Клубы
- 6.2 Очные встречи
- 6.3 Летние лагеря
- 6.4 Тренинги

7. Он-лайн магазин

- 7.1 Игры
- 7.2 Сопутствующие товары
- 7.3 Оплата услуг

8. Разработчики

8.1. Контакты



Творческая разработка: Вирусная реклама в Интернет

Идея: Создается смешной, прикольный флеш-ролик в котором мультипликационный герой, внешне похожий на Р.Кийосаки поет забавную песенку или читает реп, или русские частушки про какого-то богатого папу, про какие-то рычаги и про какую-то свободу. Он поет и приплясывает. Вирус запускается в Интернет через тематические форумы.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

- **КОНТАКТ**

РА «ГрАни», г.Казань, т.(843) 542-83-33; www.ragrani.ru

Андрей Абиняков

