



Министерство Российской Федерации
по развитию Дальнего Востока и Арктики



Корпорация развития
Дальнего Востока и Арктики

«Гектар» в Арктической зоне РФ

Предложения по рекламной кампании

Москва, 2021

Ключевые вводные (1)



Что не делаем

- не используем в коммуникациях с жителями слово «гектар» для описания земельного участка, используем только как единицу измерения площади
 - в большинстве случаев жители берут участок меньшей площадью, чем гектар
 - гектара много для строительства дома, но мало для сельскохозяйственного освоения
 - история реализации программы на ДВ оказывает негативное влияние в восприятии программы в Арктике (воспринимается как еще одна неудачная выдумка властей)
- не используем слово **«арктический»** в коммуникациях с жителями, т.к. это равноценно тому, что предлагать жителям Самары купить квартиру в России или жителям Нью-Йорка – в США
- не используем слово **«дальневосточный»** – жители АЗРФ не ассоциируют себя с Дальним Востоком
- не используем название сайта **«надальнийвосток.рф»** – будет вызывать непонимание, диссонанс между местом выдачи земельного участка и связью с Дальним Востоком

Ключевые вводные (2)



Что делаем на первом этапе

- выделяем в сообщении способ освоения, тем самым снимаем барьер «А зачем мне земельный участок?»
 - Мой дом
 - Свое хозяйство
 - Свое дело
 - а) Туризм
 - б) Другое
- делаем привязку к локации, указываем контекст: город (Мурманск), область (Архангельская) или известный географический бренд (Карелия, Хибины)
- используем новый адрес сайта «ГектарвАрктике.рф», с него происходит автоматическая переадресация на основной сайт (надальнийвосток.рф)
- используем разные варианты для донесения ключевого сообщения – с указанием слова «безвозмездный» и без него. Предлагается провести закрытое анонимное тестирование названия программы, адреса сайта, ключевого сообщения для анонсирования запуска программы (опционально).
 - внутри КРДВ Москва
 - в регионах Арктики (сотрудники ДО)

Рекламные макеты будем создавать по этапам - сначала ключевые, потом второстепенные

1

Наружная реклама вдоль дорог и магистралей

Щиты размером 3х6 метров.
Длительность контакта наименьшая.
Поэтому используется минимальное количество деталей

2

Наружная реклама – сити форматы

Щиты размером 1.8 x 1.2 метров в городе.
Длительность контакта выше,
количество может быть чуть больше,
но незначительно

3

Наружная реклама в транспорте

Наклейки на борты автобусов,
маршруток. Скорее всего будет
не во всех регионах, но это хороший
канал для наших задач

4

Постеры внутри МФЦ формата А4, А3

Длительный контакт, детали о программе.
Готовим когда утвердим основные форматы
(наружная реклама)

5

Лифлеты для распространения внутри зданий администраций и УО

Самый длительный контакт,
максимальное количество деталей.
Готовим, когда утвердим пункт 4

6

Реклама в соцсетях

Баннеры в Интернете
(для социальных сетей, в том числе
в соцсетях «мой бизнес»)
Макеты для баннеров будут подготовлены
на основании вопросов от жителей

Примеры рекламных макетов – биллборды



Примеры рекламных макетов на ситиформатах, остановках транспорта



Лифлеты для распространения внутри зданий администраций и УО





Министерство Российской Федерации
по развитию Дальнего Востока и Арктики

www.minvr.gov.ru



Корпорация развития
Дальнего Востока и Арктики

www.erdc.ru