**Санкт - Петербургский государственный университет**

**технологии и дизайна**

# **Северо-Западный институт печати**

## Факультет Кафедра ИДРиКТ рекламы

**Проект рекламного фильма для компании « TEZ Tour»**

#### Санкт-Петербург

**2008**

**Содержание**

[Концепция рекламного фильма 3](#_Toc199706053)

[Сценарий рекламного фильма 5](#_Toc199706054)

[Раскадровка 8](#_Toc199706055)

[Бюджет 11](#_Toc199706056)

**Концепция рекламного фильма**

Туризм — это услуга, а не товар, качество которой зависит от того, кто ее предоставляет. Опыт показывает, что клиенты, которые остались довольны обслуживанием менеджера туристской фирмы еще в стране вылета, например Санкт-Петербурге, даже при возникновении каких-либо проблем в стране пребывания (например, плохой сервис в отеле) отнесутся к ним более лояльно, чем клиенты, которых обслужили плохо.

Компания TEZ Tour является одной из ведущих туристических компаний в России и лидером по отправке российских туристов за рубеж. TEZ TOUR основан в 1994 году, сегодня в его ассортименте девять направлений: Турция (с 1994 года), Таиланд (с 1997 года), Египет (с 1999 года), Испания (с 2003 года), Куба и Доминикана (с 2004 года), Мальдивы и Шри-Ланка (с 2007 года), Греция (с 2008 года). В состав TEZ TOUR входят 17 международных компаний.

На сегодняшний день наиболее актуальной проблемой для туристического бизнеса является недоверие клиентов к новым туроператорам. Многие люди бояться за границей оказаться в, по сути, безвыходной ситуации, где единственный источник, к которому можно обратиться – это туроператор. Но, как показывает опыт, многие Российские операторы не могут своевременно и качественно решить проблему или разрешить конфликт.

В июне 2008 года компания TEZ Tour запускает рекламную компанию с серией рекламных роликов в едином стиле, но для разной целевой аудитории. Цель данных рекламных фильмов заключается в формирование имиджа компании, как надежного, безопасного туроператора. В том числе можно выделить следующие задачи: во-первых - приобретение новых клиентов, в том числе постоянных; во-вторых - повышение лояльности к компании. В–третьих – информирование потенциальных клиентов о странах, с которыми работает компания, поскольку в каждом ролике будет разная страна, с которой работает именно TEZ Tour.

Сфере услуг присущи 4 характеристики: неосязаемость, неотделимость от источника (т.е ее нельзя передать, отделить), непостоянство качества и несохраняемость. Серией рекламных фильмов компания ставит еще одну задачу - создания ощущения, будто услуга, которую продает TEZ Tour, осязаема и постоянного высокого качества.

Маркетинговая организация в сфере услуг предполагает, что качество услуг зависит от взаимодействия покупателя с продавцом, так называемый «двухсторонний маркетинг». Соответственно, маркетинговая ценность рекламного фильма состоит в налаживание прочного взаимодействия с потребителем.

Слоганом всей рекламной кампании будет: «TEZ TOUR. Приятный отдых, без неприятных последствий». В силу того, что туризм – это специфический сезонный бизнес, рекламная кампания будет проходить с июня по сентябрь включительно. Рекламный фильм будет демонстрироваться в различных вариантах, т.е. изначально создается один большой ролик из различных сценок в разных странах и городах. Затем из большого ролика, длительностью 29 секунд, нарезается небольшие ролики по 5-8 секунд и запускаются по всем общероссийским каналам. Демонстрация рекламного фильма, а так же его частей будет осуществляться на следующих каналах, преимущественно в прайм-тайм (с 19-22):

1. ОРТ
2. Россия
3. НТВ
4. СТС
5. МТV
6. 2х2

Кроме того уже нарезанные ролики будут крутиться в кинотеатрах, перед началом фильмов по выходным.

В рекламном фильме охватываются следующие целевые аудитории:

* 1. молодежь в возрасте от 19-27, как молодые люди, так и девушки
	2. семьи:

а) молодая семья с одним ребенком до 6 лет

б) семья с несколькими детьми, где второму ребенку больше 6 лет

* 1. взрослые люди в возрасте 27-50 лет
	2. пожилые и пенсионеры в возрасте больше 50

Предполагаемый жанр всего фильма – комедийный, все ситуации показываться в легком юмористическом исполнение. Это касается как игры актеров, так и атмосферы фильма.

# **Сценарий рекламного фильма**

Первый кадр начинается с того, что камера показывает общим планом ночное море и плавно перемещается на вечеринку, на берегу. Внизу экрана появляться надпись «Египет. Шарм-эль-Шейх». Играет ритмичная музыка, очень много танцующего народа, на площадках танцоры с факелами показывают «фаер шоу». За барной стойкой сидит очень пьяный молодой человек. Он сложил руки на барной стойке и уткнулся в них лицом на фоне бесчисленного количества бокалов из под коктейлей и рюмок для текиллы. В кадре появляться не менее выпившая девушка. Очевидно, она только что была на танцполе и подходит к барной стойке не совсем ровной походкой. Она пытается что-то сказать герою, спящему на стойке, в тоже время, пытаясь сесть на стул рядом, но промахивается и падает на пол, исчезая из кадра.

Справа в кадре медленно появляется 2 мужчин в строгих костюмах, в черных очках, а на кармане костюмов небольшая, но заметная зрителю вышивка c логотипом и названием «TEZ Tour». Образ мужчин должен олицетворять уверенность, надежность и своеобразное долгожданное спасение. Костюмы и сам стереотип похожи на героев из фильма «Люди в черном», поэтому и название рекламного фильма «Люди TEZ Tour».

Они аккуратноподнимают молодых людей. Кладут, один девушку, другой молодого человека на плечи и уносят на камеру, закрывая ее значком TezTour.

В следующем кадре появляется красивый убранный номер молодых людей, которых забрали с вечеринки. Во время происходящего в номере, голос за кадром произносит слова: " Как бы вы не отдыхали с Tez Tour, вы всегда проснётесь в своем номере" (сленг подобран под целевую аудиторию). Сбоку показывают кровать, на которую «люди Tez Tour» аккуратно укладывают героев и укрывают, на тумбочки около кровати ставят по бутылки воды и уходят. В это время камера перемещается на вид из открытого балкона. Там ночь плавно, но быстро превращается в день. Побережье, пальмы, отель находиться на берегу, но это уже не Египет. Когда балкон престает быть видно в кадре, появляется надпись «Таиланд. Паттайа».

На общем плане видно как подъезжает двухэтажный автобус с надписью «TEZ Tour». К месту прибытия автобуса медленно подходят люди в костюмах и очках и с надписью на карманах – «люди TEZ Tour». Их примерно человек 10. Играет располагающая к хорошему настроению музыка музыка. В следующем кадре крупно показываю дверь комфортабельного автобуса TEZ Tour. Дверь открывается и из нее вываливается молодая семья с чемоданами и 2мя детьми. Первому ребенку года 2-3, второму около 6-7. Отец семейства пытается собрать чемоданы, а молодая мама нянчит одного ребенка на руках, второго пытается удержать за руку. В кадре появляться 4 мужские руки в костюме, зрителю уже ясно, что это руки «TEZ Tour». Одни руки берут ребенка с рук матери, другие забирают второго. Следующим кадром показывают как один «человек TEZ Tour» кормит маленького малыша, второй же играет с 7-ми летним, поняв что за ними смотрит мать, они поднимают головы, на долю секунды отрываясь от дела. Зрителю должны симпатизировать образ мужчин, которые так мило и ловко управляется с детьми. Во время показа мужчин, занимающихся детьми, голос за кадром произносит: «С TEZ Tour ваши дети отдыхают вместе с вами**»**

В следующем кадре крупным планом показывают замученное перелетом и постоянной возней с детьми лицо матери. Она начинает умиленно и с облегчением улыбаться. Женщина стоит, так что на заднем плане видно, как другие «люди TEZ Tour» помогают группе пенсионеров, разобраться с чемоданами. Камера медленно двигается к ним, лицо молодой мамы постепенно исчезает из кадра, поскольку камера работает на увеличение.

Один «человек TEZ Tour» сверяет бирки, другой находит пенсионеру его очки, которые находятся у него на лбу. Еще один разбирается с билетами, другой подхватывает под руку пожилую даму в шляпе и видно, что начинает ее развлекать, что-то рассказывая и показывая. Все это показывается в убыстренном режиме. И так как все быстро происходит, то и фон так же меняется различными видами, а внизу кадра быстро меняются названия городов и стран: «Турция. Кемер», «Греция. Родос», «Куба. Гавана», «Испания. Барселона».

За кадром звучит голос: «TEZ Tour всегда поможет, обережет и развлечет». На протяжении всех сценок все так же играет легкая, забавная музыка.

В следующем и заключительном кадре зритель снова возвращается к парочке, которую унесли с вечеринки «люди TEZ TOUR». Просыпается опухший, потрепанный парень, хватается за голову. Никакой музыки не играет. Он протягивает руку и смотря одним глазом пытается найти телефон, натыкается на воду на тумбочке, аспирин, билеты, страховку TEZ Tour. А так же сложенный листик из фирменного блокнотика TEZ TOUR, который поставлен треугольником, надписью к зрителю. На листике написано: «TEZ Tour. Приятный отдых, без неприятных последствий». Надпись на листке произноситься в диктором. Появляются реквизиты фирмы.

# **Раскадровка**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ кадра** | **Кадровый ряд** | **Звуковой ряд** | **Время** | **Примечания** |
| 1 | Ночное море. вечеринка на берегу. Внизу экрана появляться надпись «Египет. Шарм-эль-Шейх». Много танцующего народа, на площадках танцоры с факелами показывают «фаер шоу». | ритмичная музыка | 2 сек | общий план |
| 2 | За барной стойкой спит очень пьяный молодой человек. В кадре появляться девушка. Она только что была на танцполе и подходит к барной стойке. Пытается что-то сказать герою, спящему на стойке, и в то же время сесть на стул рядом, но падает на пол. Исчезает из кадра. Справа в кадре медленно появляется 2 «людей TEZ-TOUR»Они быстро, поднимает молодых людей. Одновременно кладут, один девушку, другой молодого человека на плечи и уносят на камеру, закрывая ее значком TezTour. | Приглушенно играет ритмичная музыка | 6 сек | Средний планВышивка должна быть яркой и заметной зрителю Образ мужчин должен олицетворять уверенность, надежность и своеобразное долгожданное спасение. |
| 3 | Красивый убранный номер Сбоку показывают кровать, на которую «люди Tez Tour» аккуратно укладывают героев и укрывают, на тумбочки около кровати ставят по бутылки воды и уходят. | Голос за кадром произносит слова: «Как бы вы не отдыхали с Tez Tour, вы всегда проснётесь в своем номере» | 3 сек |  |
| 4 | Камера перемещается на вид из открытого балкона. Ночь превращается в день. Побережье, пальмы, отель находиться на берегу.Появляется надпись «Таиланд. Паттайа». |  | 1 сек | Общий план |
| 5 | Подъезжает двухэтажный автобус с надписью «TEZ Tour». К месту прибытия автобуса медленно подходят 10 людей TEZ-Tour | Начинает играть милая, забавная задорная музыка. Музыка должна располагать к хорошему настроению. | 2 сек | Общий план |
| 6 | Дверь автобуса TEZ Tour. открывается и из нее вываливается молодая семья с чемоданами и 2мя детьми. Первому ребенку года 2-3 года, второму около 6-7. Молодая мама нянчит одного ребенка на руках, второго пытается удержать за руку. В кадре появляться 4 мужские руки в костюме. Руки берут ребенка с рук матери, другие забирают второго. | милая, забавная задорная музыка | 3 сек | Средний план |
| 7 | Один «человек TEZ Tour» кормит маленького малыша, второй же играет с 7-ми летним, Поднимают головы, на долю секунды отрываясь от дела | милая, забавная задорная музыка. Голос за кадром:«С TEZ Tour ваши дети отдыхают вместе с вами» | 1 сек | Средний план |
| 8 | Замученноеицо матери. Она начинает умиленно и с облегчением улыбаться. Женщина стоит, так что на заднем плане видно, как другие «люди TEZ Tour» помогают группе пенсионеров, разобраться с чемоданами. | Милая музыка | 1 сек | Общий план |
| 9 | Камера медленно двигается мимо лица мамы. там видно как один «человек TEZ Tour» сверяет бирки, другой находит пенсионеру его очки, которые находятся у него на лбу. Другой разбирается с билетами, следующий подхватывает под руку пожилую даму в шляпе и видно, что начинает ее развлекать, что-то рассказывая и показывая.  | За кадром звучит голос: «TEZ Tour всегда поможет, обережет и развлечет». легкая, забавная музыка. | 5 сек | Все это показывается в убыстренном режиме. И так как все быстро происходит, то и фон так же меняется различными видами, а внизу кадра быстро меняются названия городов и стран: «Турция. Кемер», «Греция. Родос», «Куба. Гавана», «Испания. Барселона». |
| 8 | Снова номер из 3го кадра Просыпается опухший, потрепанный парень, хватается за голову. Он протягивает руку и смотря одним глазом пытается найти телефон, натыкается на воду на тумбочке, аспирин, билеты, страховку TEZ Tour. А так же сложенный листик из фирменного блокнотика TEZ TOUR, который поставлен треугольником, надписью к зрителю. На листике написано: «TEZ TOUR. ПРИЯТНЫЙ ОТДЫХ, БЕЗ НЕПРИЯТНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ». | Никакой музыки не играет. | 3 сек+1 сек на статичный кадр со Слоганом и реквизитами | Надпись на листике произноситься в слух. Появляются реквизиты фирмы. |
| **ИТОГО:8 кад.** |  |  | **29 сек** |  |

**Бюджет**

Одобренный сценарий отдают продюсеру, который экспертным путем определяет длительность ролика (хронометраж) и составляет смету на производство видеоролика. Среднее время производства ролика после утверждения сценария – 20-30 рабочих дней, комбинированного – 30-40.

**Смета видеоролика**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование оборудования** | **Стоимость в у.е. в день** |
| Аренда видеокамеры и сопутствуещго оборудования – штатив, набор батарей, микрофон, инженер | 150 – смена (8 часов) + 20 у.е за каждый час переработки |
| Свет | 20 - |
| Реквизит | 200 - |
| Студия | 100 - |
| Транспорт | 25 - |
| Командировка | х1,5 (увеличение ставки) |
| Монтаж | 180 - |
| Режиссура | 500 -  |
| Оператор | 200 - |
| Администратор | 70 |
| Звукорежиссер | 100 - |
| Монтажер | 30 - |
| Гример | 100-300 |
| Муз. оформление, начитка | 20 - |
| Перегон Betacam <-> S-VHS | 15 - |
| Актеры (всего актеров 10 человек, «люди -TEZ Tour» - двое плюс размноженные на компьютере, массовка | 100 - |
| Запись на CD видео | 60 - |
| Компьютерная графика | 500 |
| Моделирование спецэффектов, ускорение, замедление и пр. | 40 у.е./час |
| Монитор | 10 у.е. |
| Переезд на побережье Египта всей съемочной группы | 3000 |
| ИТОГО | 2 580 в день |

Так как примерное производства ролика 20 дней, то общий бюджет должен составить около 51600 у.е.