



**Спонсирование**

**Фестиваля Живых Эмоций**

**А есть ли прямая  
польза от фестиваля?**



НЕТ

*также, как и от  
мороженого,*



81%

россиян любят  
мороженное

**Почему**





Мороженое  
делает нас  
**чутьку**  
**счастливее**



**Даже  
Барак Обама  
любит  
мороженое**





**Что же представляет  
из себя фестиваль?**



**Массовое мероприятие на открытом воздухе**

# Фестиваль состоит из 3-х вещей



**Сцена**



**Конкурсы**



**Точки питания,  
продаж и удобства**

# Команда организаторов

**5 лет**

**опыта**

**3 года**

**с фестивалем**

# Чего мы достигли с фестивалем?



**4-й год**  
подряд



**90% довольных**  
посетителей в 2012\*



**Все спонсоры**  
были заинтересованы  
сотрудничать далее

\*Потоковая посещаемость 3000 человек

# Как мы этого смогли достичь?



## Обширная реклама

насколько позволял бюджет и время



## Развлечения для людей разных возрастов

учли не только молодежь, но и детей, и пожилых, и средний возраст



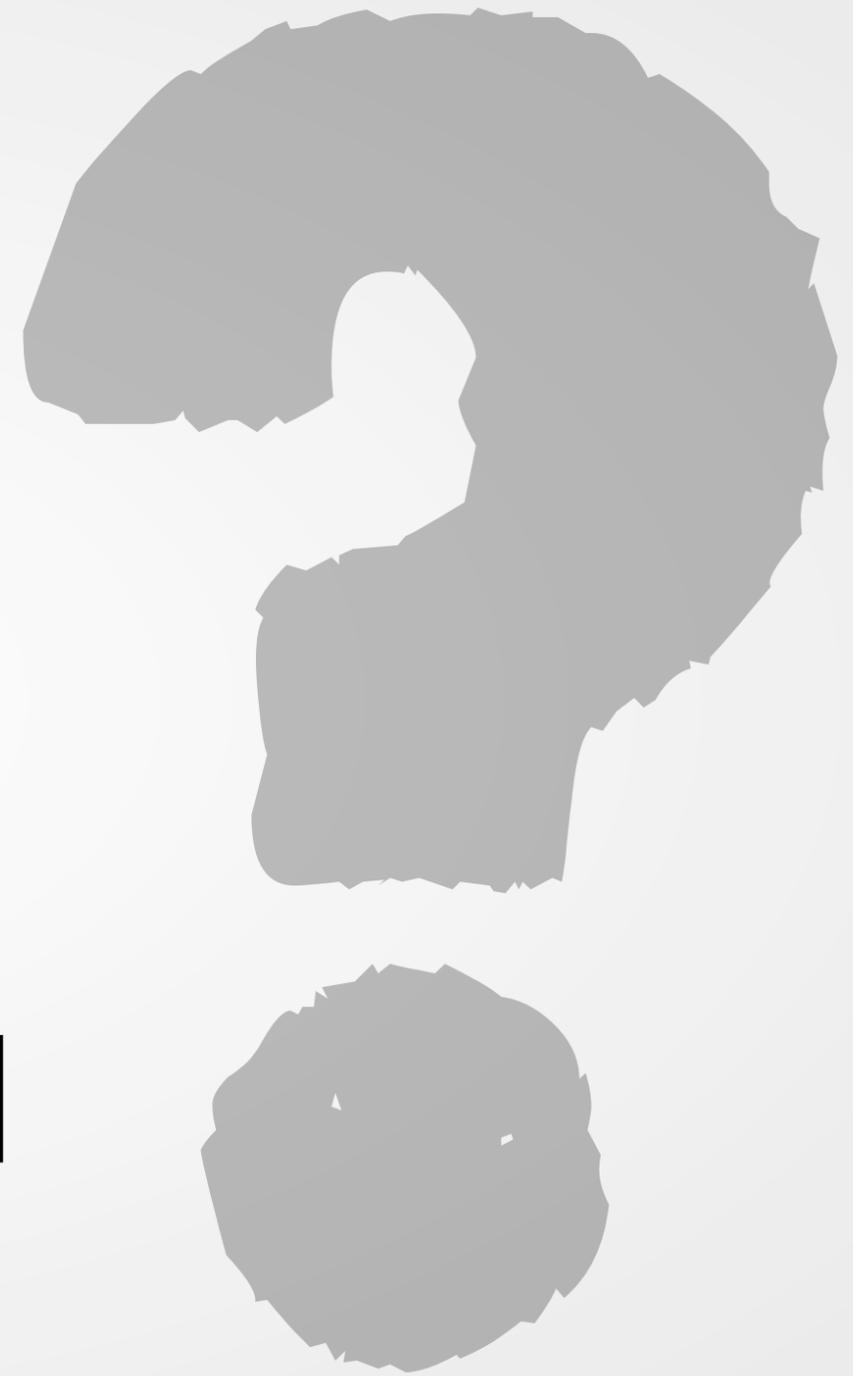
## Представили спонсоров, как соорганизаторов

а не как компании, просто вложившие деньги

# 1 спонсор — 1 конкурс



**Зачем спонсоры  
как участники**



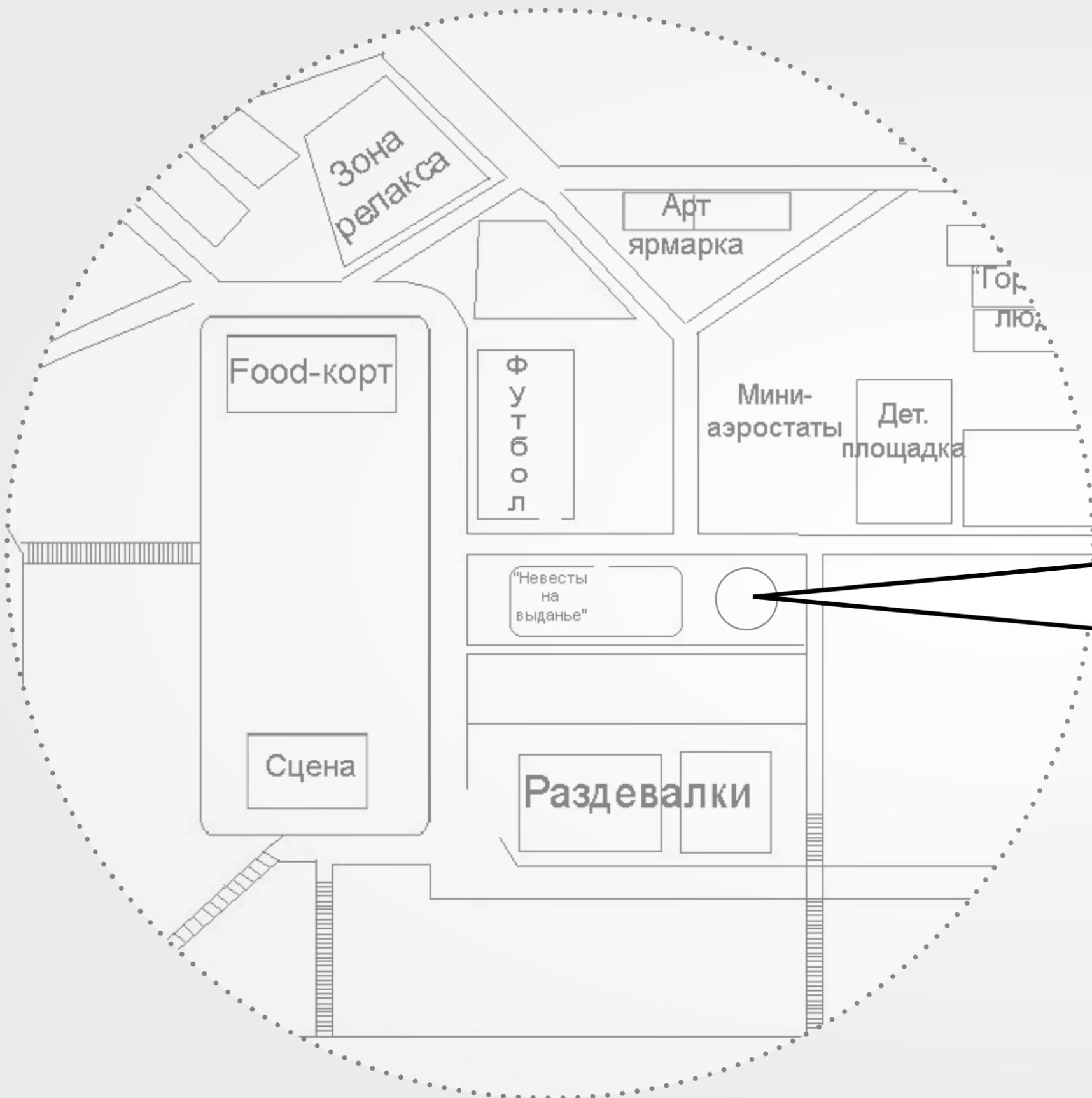
«Прежде чем продавать,  
надо подружиться.

Китайская  
поговорка





**Конкурсы фестиваля — это возможность  
подружиться со своими клиентами**



# Вот ваш конкурс

## У него есть



Сценарий



Ведущий



Представитель  
компании



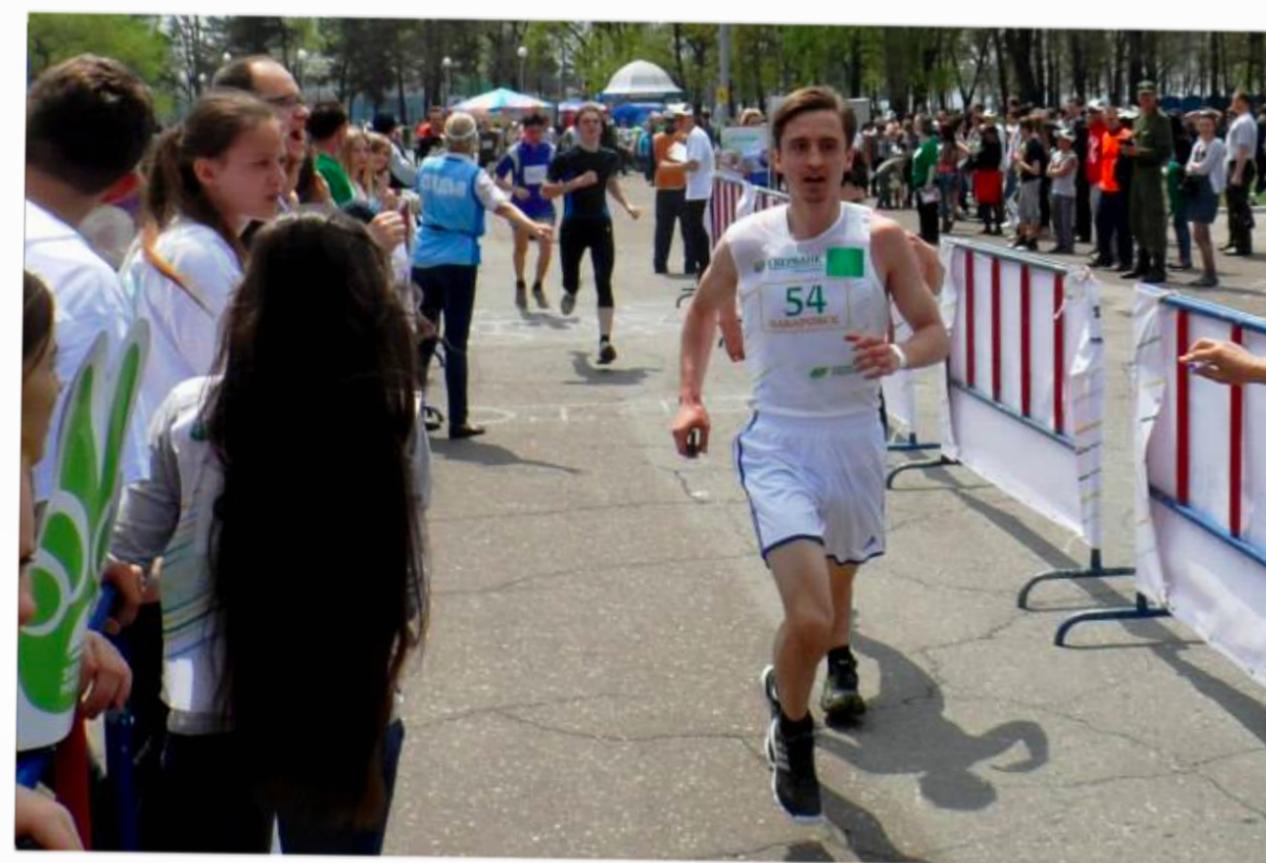
**VS**



**Не раздача листовок, а конкурс**



**VS**



**Не конкурс «Вот мяч — играй»,  
а сценарий и участие спонсора**



# В результате



**90% довольных**  
посетителей в 2012



**Все спонсоры**  
были заинтересованы  
сотрудничать далее



Однако, у нас были и **трудности**

# Фестивалю **не хватало**



## Организации

- сценарий
- концепция
- активность
- звездность
- техническая база



## Команды

- позиционирование спонсоров
- благотворительность



## Рекламы

- креативность

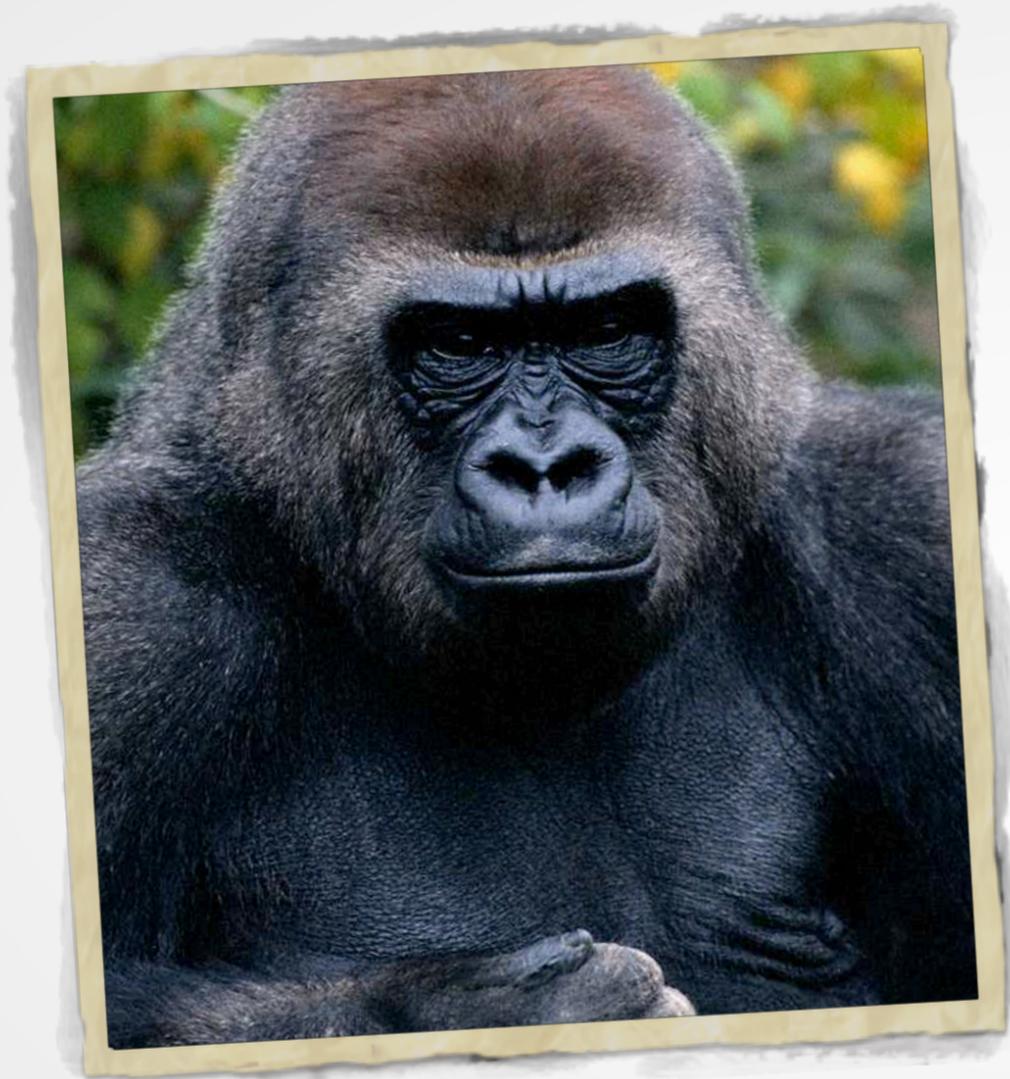
2012

**Что в результате?**



**Пришло**  
**мало**  
**людей**

1



VS

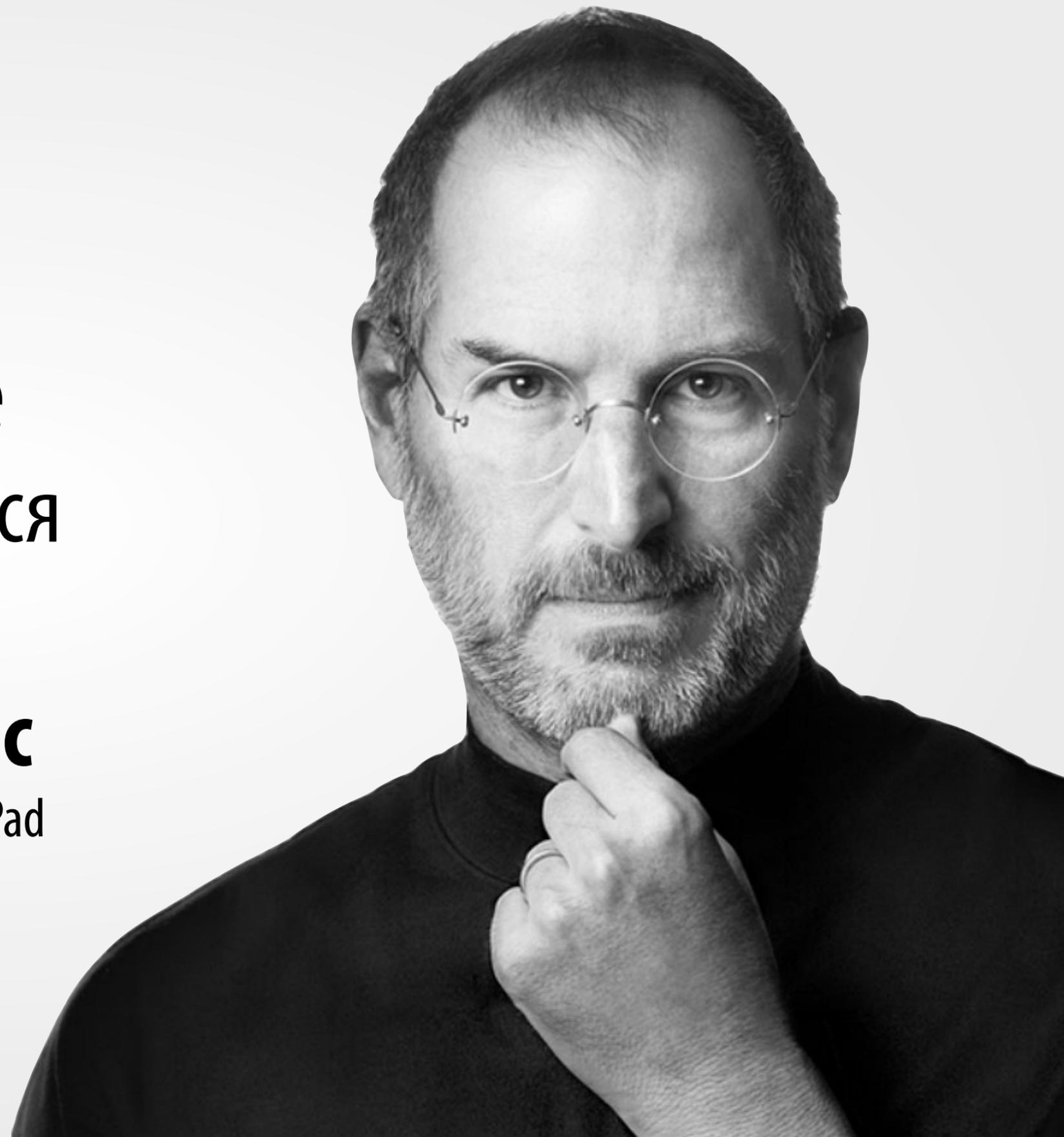


**Уровень не соответствовал  
московским фестивалям**

«  
Либо это будет лучший  
продукт, либо этим вообще  
не имеет смысла заниматься

— **Стив Джобс**

на презентации первого iPad



**Что мы предлагаем**



# 1. Усилить нашу команду волонтерами



100 помощников  
на время работы  
фестиваля.

## 2. Повысить организацию за счет привлечения профессионалов



**Сценаристы  
и режиссёр**



**Видеосъёмочная  
группа**



**Техническая  
база**



**Популярные  
звезды**



Главный сценарист



Сценаристы



Конкурсы и мероприятия



Техническая база



Видео и фото  
съемка



Режиссёр



**VS**



**Не шашлыки, а фудкорт**



**VS**



**Не студенты-ведущие, а шоумены**

**Например, позвать, кого-то ИЗ НИХ**



# 3. Отдать рекламу креативщикам



Концепция



Медиаплан



**Мы страхуем фестиваль  
от плохой погоды!**





## Реклама спонсоров на воздушных шарах

Пример 2



## **Флэшмоб на вокзале и вирусный ролик**

# В результате



**Уровень выше**



**Людей больше**

поток: 40 тыс. человек

# Сколько потребуются вложений?



- 100 волонтеров
- сценаристы и режиссер
- съемочная группа
- техническая база
- популярные звезды
- креативная реклама
- медиаплан

Генеральный  
**СПОНСОР**

 Т.р.

Поддерживающий  
**СПОНСОР**

 Т.р.

**Есть ли  
альтернативы**



**Можете расположить человека  
к компании за [REDACTED] рублей?**

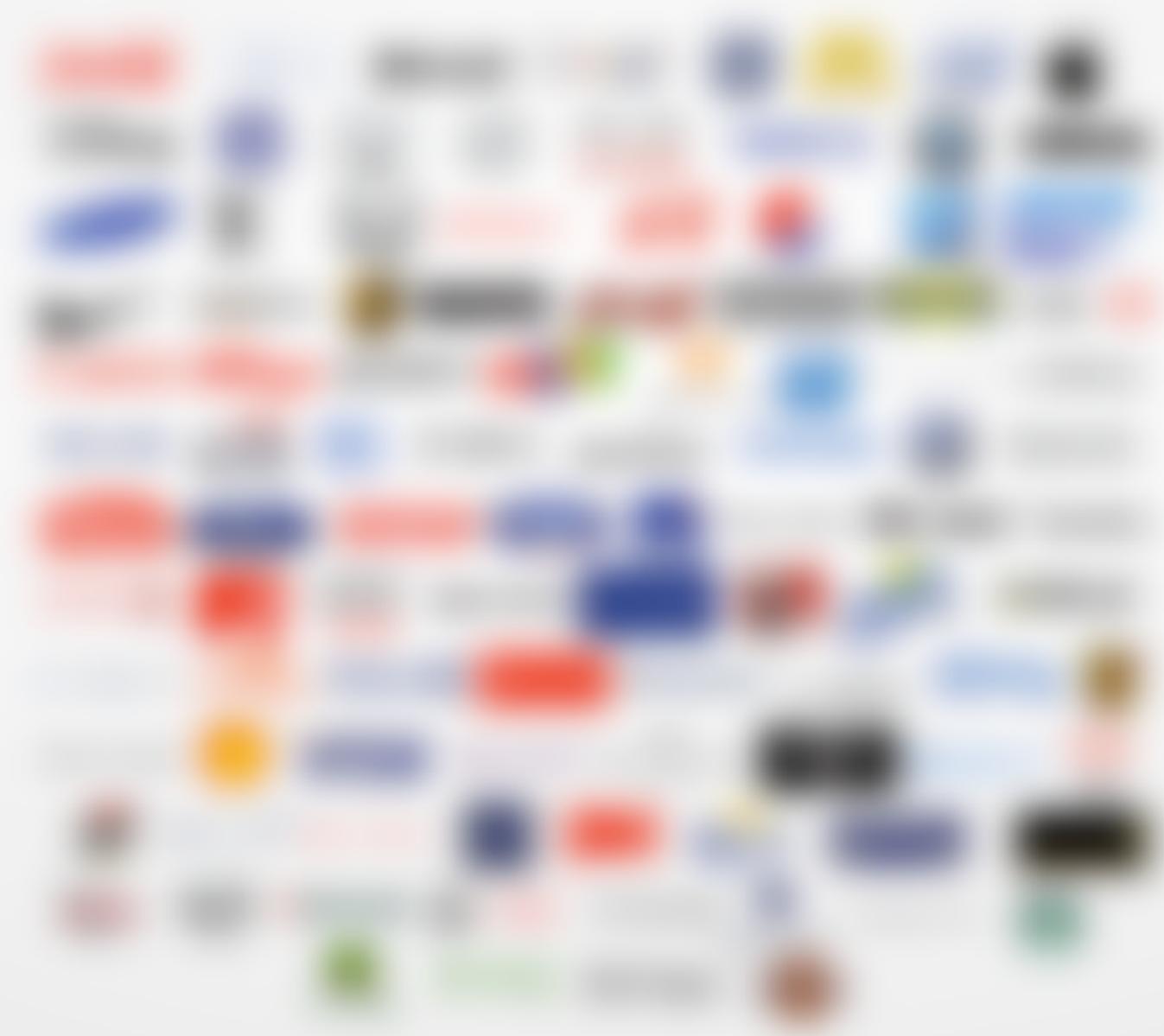
$$\frac{[REDACTED] \text{ рублей}}{40\ 000 \text{ человек}} = [REDACTED] \text{ рублей}$$

# А есть ли узкие моменты?



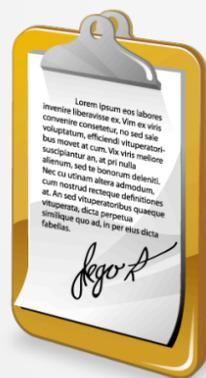
**Коллективная  
ответственность**

# Свое согласие уже дали



*Mimos*

# В 2013 мы сможем провести **классный** фестиваль, если усилим



**Организацию**



**Команду**

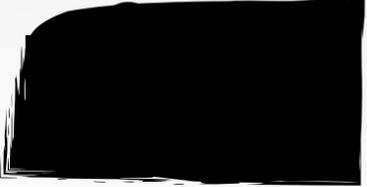


**Рекламу**

Лучше шоу!  
Больше людей!  
Больше **ЭМОЦИЙ!**



**Генеральный  
СПОНСОР**

 Т.р.

**Поддерживающий  
СПОНСОР**

 Т.р.



**людям**  
**Сделаем ~~фестиваль~~ лучше!**