



# Клуб Импровизации

Проект «Клуб Импровизации» — это новый формат Интернет-шоу, на котором, впервые в Украине, участниками является сама публика. «Клуб Импровизации» — это регулярные вечера непредсказуемой музыкальной, юмористической, театральной и другой импровизации, место встречи талантливых людей. Это атмосфера творческой свободы, возможность заявить о своих талантах в неформальной обстановке Jam session.

На каждом заседании в гостях у клуба приглашенные звезды: резиденты юмористических шоу, известные музыкальные группы, поэты, актеры, звезды YouTube, иллюзионисты... и не только.

**Резиденты клуба** — музыканты проекта «Shabanoff Syndicate» и ведущие Егор Воинов и Саша Мажор.

**Продюссер проекта:**  
Ярослав Трофимов

**Формат проекта** разработан в компании inspire metamarketing

**Наша аудитория:**

Молодые, активные, творческие, талантливые и состоявшиеся в своей основной профессии люди: от профессиональных музыкантов до собственников бизнеса, директоров по маркетингу международных компаний.

Клуб Импровизаций — это открытая сцена, зажигательные ведущие, стильная публика, атмосфера творчества и азарта! Jam-Session, Stand-up Comedy и дикие танцы! Включайтесь в новый вид досуга вместе с нами! Будем рады сотрудничеству!





## Как все это работает?

Участие в проекте, с позиции участника — это прямой путь к известности, шанс стать «гвоздем программы», а так же получить широкое освещение на телевидении, в прессе, рекламе, социальных сетях и видеоблогах.

*Пример: Студент-афроамериканец Ваня впервые посетил шоу в качестве «ходячего манекена» (модели для организации показа), и за 1 месяц, благодаря раскрывшимся талантам певца и актера, буквально стал звездой проекта. Человеком, с которым массово знакомятся и фотографируются, которого встречают и провожают бурными овациями.*

Клуб Импровизации предоставляет уникальную площадку для реализации талантов творческих людей, вне зависимости от того, являются ли они профессиональными работниками искусства, или нет. Участником шоу может стать любой человек — от студента до топ-менеджера ведущих международных компаний.

Уникальность формата шоу, разработанного в inspire metamarketing, состоит в том, что на шоу приемлются только импровизационные активности, которые раскрывают настоящие творческие грани человека. Выучить одну песню с преподавателем вокала может каждый человек, но это не делает его певцом, 10 раз отрепетировать монолог Райкина — сильная задача для каждого, но далеко не каждый может сочинить свой монолог прямо на сцене Клуба Импровизации, имея в запасе 30 секунд.

Резонанс от происходящего на заседаниях Клуба Импровизации обеспечивается не только СМИ и Интернет ресурсами, тиражирующими интересный и непредсказуемый контент, но и непосредственными участниками вечера, которые с удовольствием рассылают брендированные видеозаписи и фото со своим участием своим многочисленным друзьям, родным и знакомым.

Время существования проекта: 1 месяц



## Маркетинговая поддержка проекта

Коллективом inspire metamarketing был произведен ряд действий для анонсирования и продвижения «Клуба Импровизации» в социальных сетях, на специализированных музыкальных порталах, в блоге livejournal, формирование группы Вконтакте, аудитории подписчиков ЖЖ.

### 1. «Vkontakte»:

Анонсирование мероприятия в специализированных группах:

- Музыкальные группы и группы музыкальных исполнителей Одессы, Одесской области, Николаева, Ильичевска, Измаила (южной Украины);
- Группы-сообщества контента музыка/искусство;
- Группы КВН команд Одессы и ближайших городов, юмористические сообщества;
- Группы музыкальных клубов (Rock club odessa), клубов музыкальных стилей/направленности;
- Локальные клубы театральных школ, студенческих театров;
- Студенческие объединения (группы университетов);
- Группы афиши мероприятий города;
- Группы киноманов и кинолюбителей (Одесская Киностудия, Киношкола);
- Группы театралов и зрителей театра;
- Творческие объединения широкого круга интересов;
- Профессиональные и любительские фото-сообщества;
- Группы радиостанций и ночных клубов;
- Группы одесситов о городе и городских событиях;
- Рассылка 500-800 приглашений на каждое заседание Клуба Импровизации;



# Клуб импровизации



2. Группа проекта на «odnoklassniki.ru»;
3. Официальная группа «Клуб Импровизации» в сети «facebook»;
4. «Livejournal»: контентный официальный блог проекта sound\_like\_jazz. 200 подписчиков;
5. Анонсирование мероприятия в специализированных сообществах:
  - Afisha\_od, \_clublife\_od\_ua, hochu\_v\_odessu, music\_ru, muzikant\_ru, od\_foto, od\_ua, odessa\_mama, odessa\_talk, odessa\_ua, odessaband;
6. Анонсы на музыкальных порталах:
  - Rock.od.ua
  - Hiphop.odessa.ua
  - Galerka.ua
  - Ppeople.odessa.ua
  - Nonstop.in.ua
7. Раздел проекта Клуба на Forum.od.ua
8. Размещение афиш и фоторепортажа с проекта, а так же обсуждения на обозревателях:
  - Lookatme.ru
  - Today.od.ua
  - stakan.od.ua
  - most-odessa.info
9. Размещение анонсов и пресс-релизов в издании «Газета по-одесски»;
10. Размещение видео с заседаний Клуба:
  - Канал Клуба на Youtube
  - Каналы Клуба на video.privet.ru, video.deport.ru, —

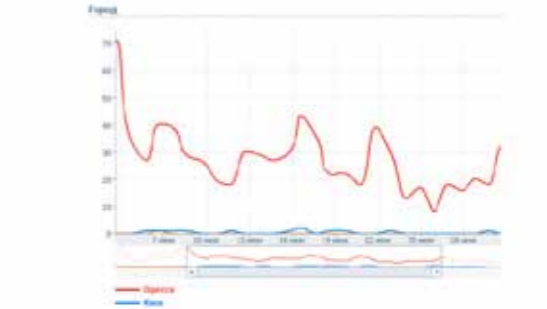
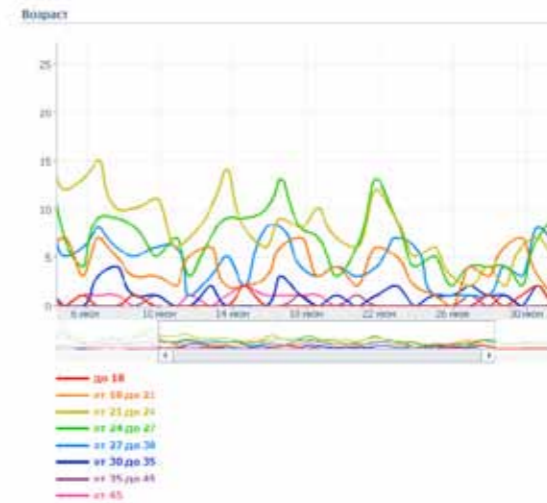
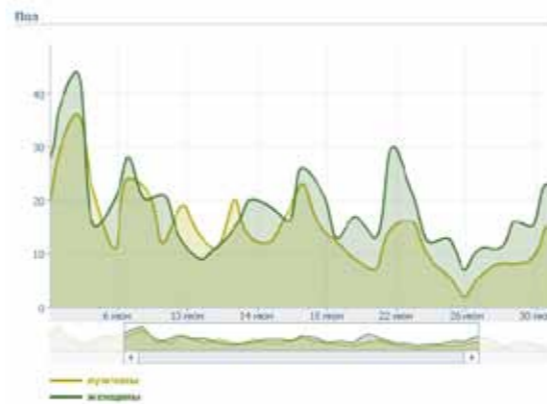
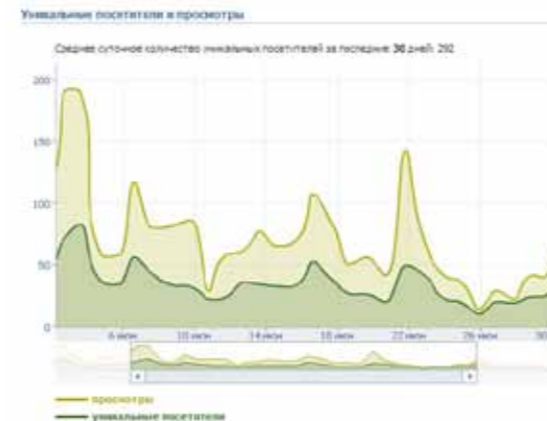
11. Размещение радиороликов на популярных радиостанциях: «Русское Радио», «Хит FM», «Kiss» и «Radio Rocks».
12. Распространение флаеров промоутерами в местах наибольшего скопления людей
13. Размещение афиш, баннеров и флаеров по сети кафе и ресторанов в центре города (Победа, Галло Кафе, Катя Хофманн, Марио, Баффало, Зара Пиззара, др.);
14. Размещение афиш-приглашений в высших учебных заведениях города;
15. Размещение роликов с анонсами заседаний на ТВ (GTV);
16. Запись дисков «Клуб Импровизации Vaismann»: выборка лучших моментов и номеров;
17. Распространение брендированных футболок Клуба — в качестве подарков наиболее талантливым участникам;



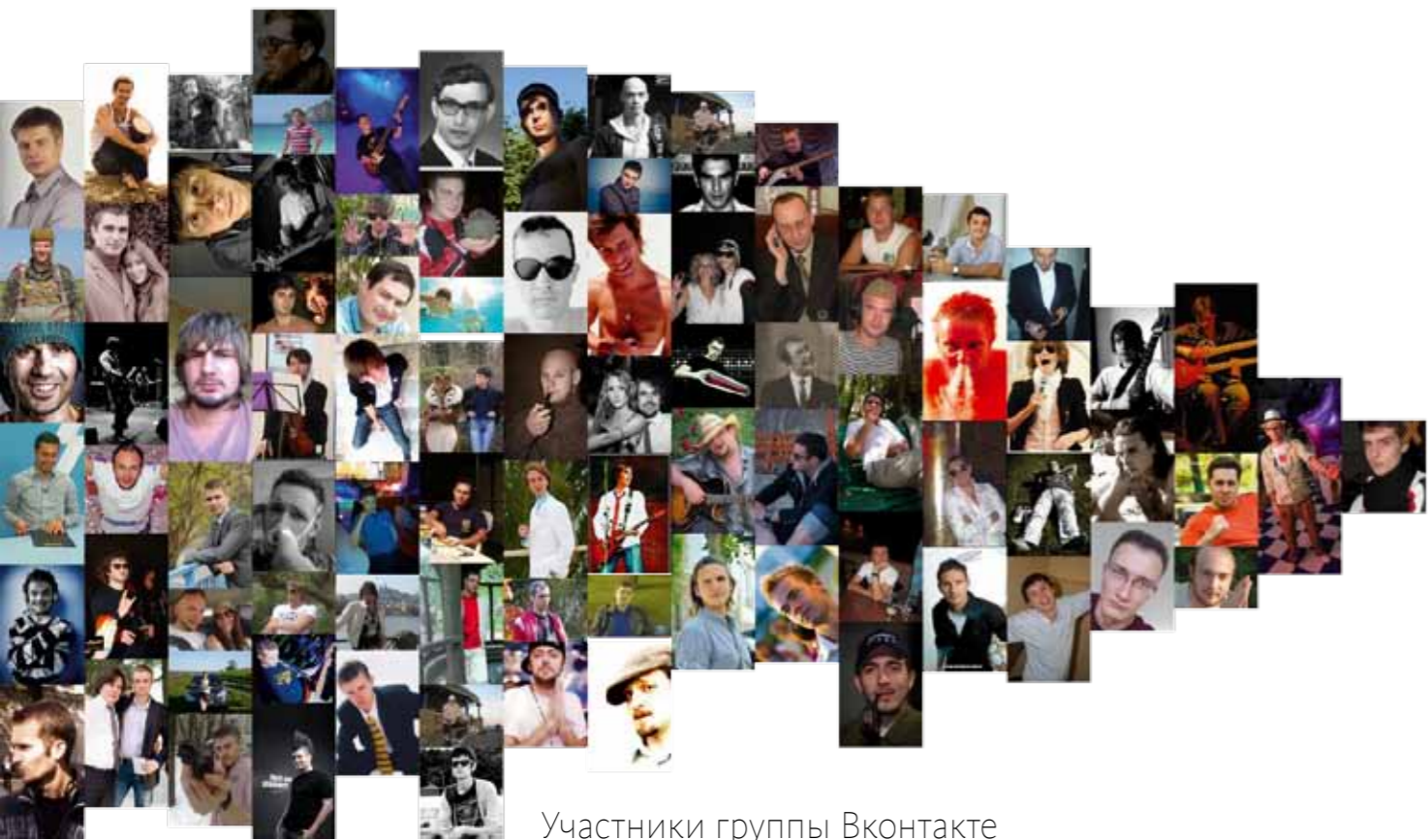


## Чего можно добиться за 10 000 долларов бюджета?

1. Собрана уникальная команда талантливых людей – постоянных членов клуба: музыканты, играющие разнообразные произведения на бутылке с водой и варгане, степист, мастер пантомимы, поэты, моментально подбирающие рифмы на любую фразу, а так же музыканты, танцоры, актеры, юмористы.
2. Проведено 5 заседаний Клуба импровизации Vaismann, участниками которых стало более 700 человек
3. Сгенерирован огромный поток контента:
  - брендированные видеоролики на youtube -несколько тысяч просмотров на момент подготовки отчета;
  - брендированные видеоролики на tube.ua – несколько раз попадали в топ дня, на момент подготовки отчета, более чем 2000 просмотров;
  - собственная группа проекта «vkontakte»: в составе 250 участников, контент мероприятия: полная видеотека и фотогалерея, новостная лента, и тематические разделы, 4 полных события Клуба численностью от 150 до 220 человек;
  - группа в Facebook (полный контент аналогичный “vkontakte”);
  - фотоальбом заседаний на Lookatme;
  - многочисленные обсуждения и положительные отзывы, инициированные и неинициированные пресс-релизы и статьи о заседаниях Клуба в онлайнowych и традиционных СМИ: Одесса инфо, BzBlogger.com, www.reklamaster.com, communications.kiev.ua, Glavport.net, latdance.ru, stakan.com.ua (статьи «Голос критика», редакторская колонка. «Яркий старт Клуба импровизаций Vaismann», «Самое непредсказуемое шоу города»), Газета по-одесски (статья и 2 анонса заседаний).



Клуб  
Импровизации



Участники группы Вконтакте

Программа «Культпросвет», телеканал Real Estate



Телеверсия Клуба Импровизации Vaismann



Утреннее шоу «Яишница», телеканал АТВ





4. Разработан звуковой логотип проекта: музыкальная тема в джазовом стиле, которая стала популярным музыкальным рингтоном. Благодаря широкой известности среди гостей Клуба появилась возможность эффективно использовать его в рекламе. ;
5. Клуб Импровизации принял участие в утреннем шоу «Яшишница» на телеканале АТВ. Программа вышла с двумя повторами, видеозапись размещена на сайте телеканала (6 000 уникальных посетителей в день);
6. Спутниковый телеканал RealEstate снял 10-минутную авторскую передачу «Культпросвет» о проекте «Клуб Импровизации Вайсманн»
7. Клуб Импровизации Vaismann и поэт-авангардист В. Горохов приняли участие в утреннем эфире на Просто Радио;
8. Афиши и отзывы о заседаниях Клуба регулярно размещались на главных страницах Интернет-ресурсов: <http://gloss.od.ua>; <http://today.od.ua>;
9. Снят пилот студийной телепередачи «Клуб Импровизации Вайсманн», для распространения в сети Интернет и размещения в эфире украинских телеканалов;
10. Установлены партнерские взаимоотношения на размещение радиороликов на популярных радиостанциях: «Русское Радио», «Хит FM», «Kiss» и «Radio Rocks». Скидка на размещение 84%!
11. Получено приглашение и проведено выездное заседание Клуба Импровизации Vaismann на Международном фестивале Маркетинга «The Marketing Jazz Fest». Получено предложение на проведение выездных гастролей по городам Украины.
12. В гостях у Клуба за месяц проекта побывало множество известных исполнителей: группы «!Цирк», «Cheshires», «Replay», «Eve She», «Безпека», «Дюковский Сад», команда КВН «Корабли лавировали..», ивент-студия «Территория Z», студия «Bunker records», иллюзионист Alexander и звезда YouTube, поэт Владимир Горохов.
13. Запущен сайт проекта vaismann.com.ua (более 1 000 уникальных посетителей на момент подготовки отчета).





## Такие мероприятия за такой короткий срок не могут давать ощутимого результата для бренда?

Торговая марка Vaismann приняла участие в проекте в качестве титульного партнера (основного инвестора). Узнаваемость торговой марки Vaismann до начала проекта составляла около 10% (мужчины 18+, г. Одесса), узнаваемость Клуба, соответственно, составляла 0%.

### Знание торговой марки Vaismann:

Результаты исследований, проведенные после месяца проекта в Одессе (все районы, выборка: 199 респондентов, мужчины в возрасте от 18 до 40 лет) показали рост узнаваемости торговой марки на **23%**:

18,6% знают данную торговую марку;

15,1% где-то слышали о ней.

4% респондентов, знающих «Vaismann» покупают одежду данной марки (ядро аудитории).

Ядро опроса составили мужчины в возрасте от 18 до 30 лет (**59,3%**). Разделение по роду деятельности выглядит следующим образом: количество респондентов рабочих специальностей — **46,7%**, офисных — **20,1%**, студенты составили **12,8%**, представители ТОП менеджмента 10,6 %, владельцы бизнеса — **8,5%**.





Знание торговой марки Vaismann в зависимости от рода деятельности:

**Владельцы бизнеса:**

47,1% знают данную марку  
5,9% из них покупают одежду.

**Студенты:**

12% знает торговую марку  
8% из них покупают одежду в магазине «Vaismann».

**Рабочие специальности:**

16,1% — знают марку,  
15,1% — что-то слышали.

Ни один респондент рабочей профессии не покупает одежду марки «Vaismann»

**ТОП менеджмент:**

23,8% — знают,  
23,8% — что-то слышали  
9,52% из них делают покупки в магазине «Vaismann».

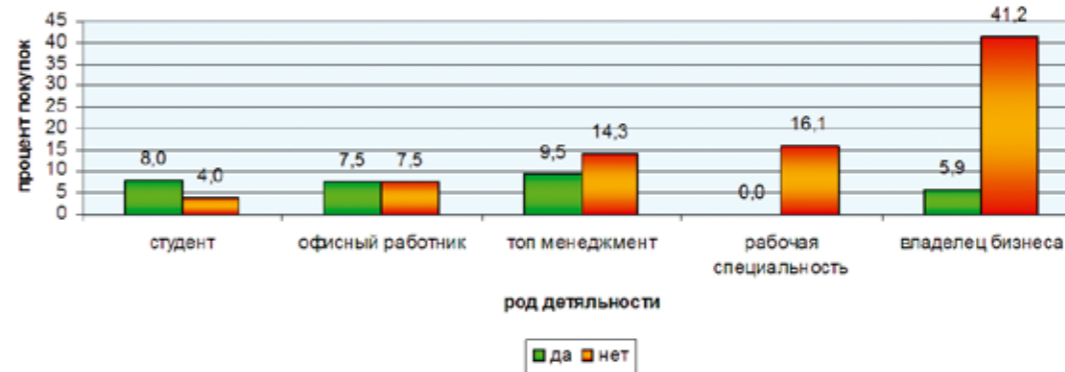
**Офисные работники:**

15% — знают торговую марку  
20,0% — что-то слышали  
7,5% из них покупают одежду в магазине «Vaismann».

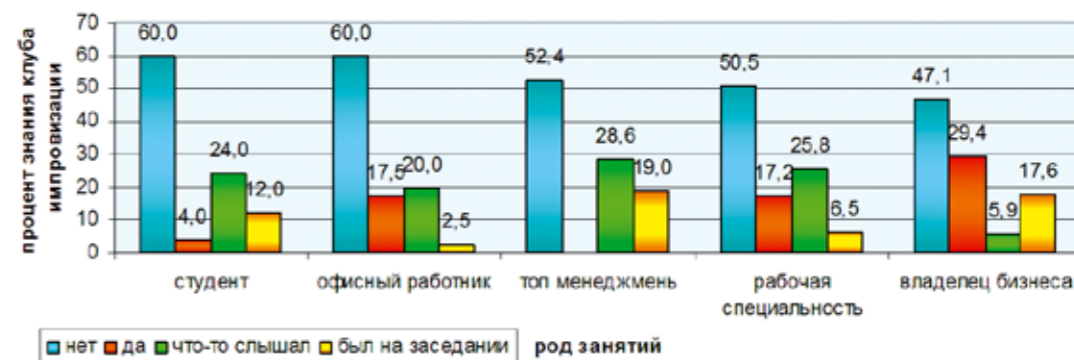
В результате опроса было выявлено, что для большей части опрошенных марка одежды не играет ни какой роли. Об этом свидетельствует тот факт, что 41,4% опрошенных затруднились назвать марки мужской одежды, которые знают, мотивируя свой ответ тем, что их это не интересует.

ТМ «Vaismann» в рейтинге спонтанного знания марок (без подсказки) занимает 10 место (5,8%). Торговая марка «Arber» — 7 место с уровнем спонтанного знания в 8,3%.

Процент покупки одежды ТМ "Vaismann" в зависимости от рода деятельности



Знание клуба импровизации Vaismann в зависимости от рода деятельности





## Знание клуба импровизации «Vaismann».

За один месяц существования проекта знание о клубе Импровизации Vaismann среди населения Одессы составило **46,2%**:

23,1% — знают Клуб Импровизации Vaismann;

23,1% — что-то слышали о нем;

Знание клуба импровизации «Vaismann» в зависимости от рода деятельности:

### Владельцы бизнеса:

29,4% знают клуб импровизации;

5,9% что-то слышали о нем;

17,6% были на самом заседании.

### Рабочие специальности:

17,2% знают клуб импровизации;

25,8% что-то слышали о нем;

6,5% были на самом заседании.

### Офисные работники:

17,5% знают клуб импровизации;

20% что-то слышали о нем;

2,5% были на самом заседании.

### ТОП менеджмент:

19% были на самом заседании;

28,6% что-то слышали о нем;

### Студенты:

4% знают клуб импровизации;

24% что-то слышали о нем;

12% были на самом заседании.

Существует корреляция ( $K=0,609$ ) между знанием марки «Vaismann» и знанием клуба импровизации, т.е. 60% респондентов, которые знают клуб импровизации, соответственно знают и марку одежды «Vaismann».

## Перспективы проекта

Дальнейшими планами Клуба импровизации является

- проведение 4 заседаний в месяц, из которых 2 выездных + прямая трансляция заседаний в Интернете (запись с нескольких камер);
- возможность он-лайн участия зрителей (например, задать тему импровизации в Twitter и т.д.);
- организация выездных гастролей в городах-миллионниках;
- раскрутка и продажа заседаний Клуба в качестве корпоративных вечеринок;
- регулярная съемка и выпуск развлекательного интернет-шоу «Клуб Импровизации»
- расширение возможностей спонсорского участия.





## Предложение для спонсоров, партнеров и меценатов проекта

### Меценатская поддержка:

Инициативная группа Клуба будет благодарна за любую меценатскую поддержку.

### Пакет титульного партнера:

1. Название клуба, включающее название Вашей торговой марки (максимальный эффект на увеличение узнаваемости бренда) — например, «Клуб Импровизации Vaismann»;
2. Участие в ТВ-анонсах, наружной рекламе, DVD-дисках с записью шоу, раздаваемых листовках, приглашениях, афишах, досках объявлений, публикациях в печатных и электронных СМИ, а так же во всем спектре тематических блогов, сайтов, групп в социальных сетях;
3. Брендирование зала (баннера, брендированные декорации), возможность распространения сувенирной и информационной продукции на заседаниях, возможность брендировать призовой фонд, в т.ч. на корпоративных и выездных заседаниях;
4. Сквозное брендирование всего фото и видео-контента Клуба. Разработка конкурсов и контента под продвижение Вашей продукции, съемки «вирусного» видео в процессе самих заседаний;
5. Расширение ЦА на творческую интеллигенцию, увеличение лояльности целевой аудитории и постоянных клиентов (возможность распространять среди клиентов

и партнеров бесплатные приглашения на заседания Клуба — до 30 приглашений на одно заседание);

6. Доступ к постоянно расширяющейся лояльной онлайн-аудитории (более 5 000 человек на момент подготовки данного отчета); «Клуб Импровизации» является, по сути, первым в Украине популярным Интернет-шоу;
7. 50% от суммы ежемесячных сборов шоу, в т.ч. от партнерских и спонсорских сборов, вплоть до выведения шоу на уровень самоокупаемости и выше;
8. При желании, титульный партнер может быть единственным инвестором Шоу.

Участие в качестве титульного партнера предполагает заключение договора сроком от 6 месяцев при поддержании финансирования Клуба в размере 35 000 грн. в месяц. Титульный партнер самостоятельно покрывает расходы на призовой фонд Клуба, либо предоставляет призы из ассортимента собственного производства (продукцию, сувениры, подарочные сертификаты).

Оптимальный показатель окупаемости проекта (для титульного партнера, при наличии полного пакета партнеров и спонсоров на 5-6 месяцев с момента старта проекта):

- Ежемесячные затраты — 35 000 грн/мес;
- Доходы от продажи билетов —  $50\% * 6\ 000 = 3\ 000$  грн/мес;
- Доходы от партнерской и спонсорской поддержки:  $50\% * (3 * 8\ 000 + 2 * 4\ 000) = 16\ 000$  грн/мес.
- Доходы от продажи корпоративных вечеринок:  $50\% * 10\ 000 = 5\ 000$  грн/мес.

Итого:  $35\ 000 - 24\ 000 = 11\ 000$  грн/мес.





### Пакет партнера:

1. Включение логотипа во всех рекламных материалах: ТВ-анонсах, наружной рекламе, DVD-дисках с записью шоу, раздаваемых листовках, приглашениях, афишах, досках объявлений, публикациях в печатных и электронных СМИ, а так же во всем спектре тематических блогов, сайтов, групп в социальных сетях;
2. Размещение видео-заставки (не более 5 секунд) в начале и конце каждого видео, снимаемого на мероприятии;
3. Лояльность участников Клуба Импровизации, в том числе и за счет брендирования заседания: плакаты в зале, возможность распространения Вашей полиграфии, сувенирной продукции. Каждое заседание клуба посещает не менее 50 новых гостей, общая аудитория заседания 150-250 человек (в зависимости от программы);
4. Введение брендированных конкурсов и тематического контента под продвижение конкретной продукции (Например: «Клуб Импровизации: заседание автолюбителей» — в случае, если партнер является, например, производителем автомобильной косметики). Брендирование шоу осуществляется поочередно для каждого из партнеров по предварительно составленному плану-графику.
5. Расширение ЦА на творческую интеллигенцию, увеличение лояльности целевой аудитории и постоянных клиентов (возможность распространять среди клиентов и партнеров бесплатные пригласительные на заседания Клуба — до 10 пригласительных на одно заседание);
6. Доступ к постоянно расширяющейся лояльной онлайн-аудитории (более 5 000 человек на момент подготовки данного отчета); «Клуб Импровизации» является, по сути, первым в Украине популярным Интернет-шоу;
7. Корпоративная вечеринка с Клубом Импровизации для Вашей компании (выездное заседание) — лучшее решение для организации празднования Дня Рождения компании или корпоративного Нового года. Предоставляется единоразово и бесплатно после 3-х месяцев сотрудничества (затраты на установку необходимого звукового оборудования и транспортные расходы выставляются отдельной сметой);

Участие в качестве партнера предполагает заключение договора сроком от 2 месяцев при поддержке финансирования Клуба в размере 8 000 грн. в месяц. Партнер может предоставлять призы из ассортимента собственного производства (продукцию, сувениры, подарочные сертификаты) для вручения гостям Клуба;

### Пакет спонсора:

1. Включение логотипа во всех рекламных материалах: ТВ-анонсах, наружной рекламе, DVD-диска с записью шоу, раздаваемых листовках, приглашениях, афишах, досках объявлений, публикациях в печатных и электронных СМИ, а так же во всем спектре тематических блогов, сайтов, групп в социальных сетях;
2. Размещение логотипа в перманентных титрах каждого видео, снимаемого на мероприятии;
3. Лояльность участников Клуба Импровизации, в том числе и за счет брендирования заседания: плакаты в зале, возможность распространения Вашей полиграфии, сувенирной продукции. На каждое заседание клуба посещает не менее 50 новых гостей, общая аудитория заседания 150-250 человек (в зависимости от программы);
4. Доступ к постоянно расширяющейся лояльной онлайн-аудитории (более 5 000 человек на момент подготовки данного отчета); «Клуб Импровизации» является, по сути, первым в Украине популярным Интернет-шоу;

Участие в качестве партнера предполагает заключение договора сроком от 2 месяцев при поддержке финансирования Клуба в размере 4 000 грн. в месяц. Партнер может предоставлять призы из ассортимента собственного производства (продукцию, сувениры, подарочные сертификаты) для вручения гостям Клуба;



Класс  
импровизации