



time



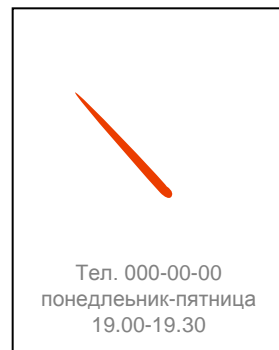


Запуск и продвижение pre-paid системы TIME (первой линейки тарифов с посекундной тарификацией)

2006 год



- Распространение флаеров или карманных календарей (при помощи промоутеров, распространение в маршрутном такси, в супермаркетах, при помощи открыточной системы ВООМ-ВОХ). Вместе с флаерами промоутеры раздают наручные часы, в которых только секундная стрелка
- Запуск на радио передачи (сл. слайд)
- В прессе выходят макеты-тизеры
- В Ташкенте можно дополнительно разместить тизеры на билбордах



**Пример тизингового лифлета, макета
в прессе или карманного календаря**



Передача на радио

- Передача запускается одновременно с запуском тизинговой компанией. На распространяемых лифлетах будет указан телефон и время когда звонить. Это время будет соответствовать времени выхода передачи, соответственно звонки поступают в прямой эфир. Ведущий будет спрашивать с какой целью звонят, и что думает звонящий об этом лифлете, а также будет просить придумать историю о происхождении данного лифлета.
- По итогам передачи, за самую интересную историю, будут разыгрывать билеты на TIME-PARTY, которая будет устроена по завершению тизинговой компании.
- Период выхода передачи 2-3 недели по 5 дней.



ТВ • Радио

На ТВ пойдет 5-10 секунднй ролик:

- Обычное дело – на улицах спрашивают который час. И каждый раз парень или девушка, у кого бы не спрашивали, будут отвечать: 25 секунд, 246 секунд и т.п. На них люди смотрят удивленно, а парень или девушка показывают свои часы, и где мы видим, бегают только секундная стрелка.

На радио, когда объявляют время, будет сначала звучать фраза:
«Точное время 600 секунд»



ТВ-ролик

Идея роликов в повседневности дел каждого человека. Но если организовать чемпионат «Обычных дел», то повседневность превращается в нечто новое, что становится интересно заниматься обычными делами. Итак, Повсеместно проводится чемпионат «Обычные дела».

Сюжет 1.

- **Закадровый голос:** За какое время человек выключает компьютер, собирается и уходит домой после окончания работы? Затем в кадре появляются часы, которые показывает «Конец рабочего дня». Далее план переходит на офис, где сотрудники начинают собираться и выбегать из офиса. На выходе стоит босс с секундомером и фиксирует время. Затем он объявляет результат, победил тот-то с результатом 345 секунд, и показывает время на секундомере, а вместо секундомера мы видим сотовый телефон, на экране, которого логотип TIME и время победителя.

Закадровый голос: МТС-Узбекистан предлагает группу тарифных планов TIME с посекундной тарификацией. Далее звучит слоган: TIME – просто говорить.

Другие сюжеты: За какое время студент съест свой обед? За какое время девушка наведет марафет? Ряд может быть продолжен.



TIME-PARTY

Ревилинговую компанию открывает TIME-PARTY, на которую будет приглашена российская звезда.

Место проведения:

- а) Club
- в) Sheraton
- г) Dedeman (Garden bar)
- д) Узкургазмасавдо (бывш. Юбилейный)

Количество гостей на TIME-PARTY от 300 до 3 000 чел.

Формат проведения:

- известные D.J. г. Ташкента ведут party.
- проводятся конкурсы
- по завершению выступает росс. звезда



Тимур Шарифов

e-mail: hi@timursharifov.com

skype: dream-tim

phone: (+99890) 954 33 00

www.timursharifov.com

www.sttbusiness.com

www.creatima.com