

Почему **MIL.PRESS** медиа группа

надежный партнер
застройщиков по
привлечению
военных?

1. Доступ к самой крупной военной аудитории. Материалы изданий Mil.Press ежемесячно читают 500000+ человек, имеющие непосредственное отношение к Минобороны. Это делает Mil.Press военным изданием №1 в России по числу читателей.

2. Высокая лояльность. Медиа группа Mil.Press создана бывшими военными для военных в 1998 году и включает в себя ежедневные издания, которые являются для военнослужащих основным источником информации о событиях в отечественных и иностранных вооруженных силах, военно-промышленных разработках, соцобеспечении и решении жилищных вопросов.



FLOT.com: С 1998 года один из крупнейших военных Интернет-ресурсов России. Новостной партнёр компаний Яндекс, Google. Аудитория: кадровые военные ВМФ - от рядового состава до высшего командования. 500000+ показов в месяц.

Военное.РФ: СМИ с собственной корреспондентской сетью, освещает развитие всех видов вооружённых сил РФ. Аудитория: кадровые военные армии - от рядового состава до командования Минобороны. Новостной партнёр компании Яндекс. 100000+ показов в месяц.

FlotProm.ru: Ведущее издание о строительстве новых кораблей для военно-морского флота. Аудитория: кадровые военные - от среднего руководящего состава до командования Минобороны. 150000+ показов в месяц.

MIL.ESTATE - единственный независимый источник информации по военной ипотеке, которому **ВСЯ ПРАВДА О ВОЕННОЙ ИПОТЕКЕ** доверяют военнослужащие.

- Журналисты под видом **тайных покупателей** лично осматривают новостройки, выясняют у жильцов сданных корпусов с какими проблемами сталкиваются новоселы.
- В материалах серии "Курс военного ипотечника" военнослужащие получают ответы на самые актуальные жилищные вопросы: Где? Как? и Почему?
- "Единый реестр объектов военной ипотеки" - единственная в России ежемесячно обновляемая база объектов военной ипотеки. <http://Mil.Estate/РеестрВоеннойИпотеки/>
- Справочно: [Доступность по высокочастотным запросам в органической выдаче \(Яндекс\)](#)
[Доступность по 3000 запросам в органической выдаче \(Яндекс\)](#)



департамент развития и рекламы Mil.Press, сектор ВИ
+7 (499) 703-32-93 | +7 (812) 309-93-50 | +7 (812) 309-93-52
7@Mil.Press | www.Mil.Press

Сколько клиентов, позвонив в отдел продаж, ищут отзывы о ЖК?

ЖК | ОТЗЫВЫ



Найти

ЖК МИТИНО СИТИ ОТЗЫВЫ ДОЛЬЩИКОВ

ЖК САМОЦВЕТЫ ОТЗЫВЫ

ЖК МОСКОВСКИЕ ВОРОТА ОТЗЫВЫ

Влияет ли полученная ими информация на вероятность сделки?

По данным [мониторинга Mil.Estate](#), по запросу "ЖК ... отзывы" из 10 выданных Яндексом ссылок в среднем 30% ссылок ведут на ярко негативные или явно проплаченные отзывы. При этом для каждого 5-го ЖК по запросу "ЖК ... отзывы" **от 60% до 100%** ссылок направляют потенциального покупателя на негативные или явно проплаченные отзывы! В такой ситуации даже самый замечательный отдел продаж будет иметь крайне низкую конверсию Лид→Сделка.

«ПОЗИТИВНЫЕ ОТЗЫВЫ - 6 МЕСЯЦЕВ»

Цель: сформировать позитивно-нейтральную выдачу в Яндексе по конкретным ЖК и обеспечить ретаргетинг. Реализуется путем написания обзоров с выездом estate-журналистов и размещения их в Top-10 Яндекса. Обзоры содержат как положительную, так и негативную информацию, при помощи разъяснений журналистов или комментариев застройщика превращенную в нейтральную. Слабые стороны есть у всех ЖК на рынке и только такая честная подача вызывает доверие покупателя. Стратегия также нивелирует черный пиар конкурентов.

- 1. Подготавливается обзор глазами потенциальных покупателей.** Специализирующиеся на жилье корреспонденты [Mil.Estate](#) выезжают на конкретный ЖК, производится фотосъемка. Оцениваются транспортная доступность, экология, планировки, качество строительства в сравнении с объектами других застройщиков, опрашиваются жильцы уже сданных очередей. Объем публикации – до 20 000 знаков, до 7 фото, до 1 видео. Публикация в СМИ с анонсом на [Mil.Estate](#), [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#) и закреплением на 7 дней на главных страницах всех изданий. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 12 военных группах (4 соцсети) с целевой военной аудиторией. Публикуется с пометкой "партнерский материал".
- 2. Ретаргетинг.** В конце обзора размещается форма "обратного звонка" с застройщиком, которая позволяет обеспечить 2-й контакт с потенциальным клиентом и совершить сделку.
- 3. Обеспечивается нахождение обзора в Top-10 Яндекса по запросу "ЖК отзывы" в течение 6 месяцев.** Гарантируется размещение обзора или в основном (органическом) поиске Яндекса или через размещение в системе Директ (включено в стоимость, гарантируются показы с 10:00 до 20:00 МСК в рабочие дни во всех регионах, кроме регионов: Дальний Восток, Республика Крым, Северный Кавказ).

Примеры: <http://Mil.Estate/СПБ/2016/ЖкОгниЗалива1/> <http://Mil.Estate/СПБ/2017/ЖкНевскийЭталон1/>
<http://Mil.Estate/СПБ/2017/ЖкЮниптер1/> <http://Mil.Estate/СевероЗапад/2017/ЖкТихорецкая1/>

Стоимость 89 100 Р на 6 месяцев (включая выезд журналистов, написание обзора, размещение формы "обратного звонка", нахождение обзора в Top-10 Яндекса по запросу "ЖК отзывы").

Широкий охват военной ЦА

Написание/публикация материалов и их публикация в крупнейших военных СМИ, постинг в военные соцгруппы. Охват ЦА: 16000+ контактов по одному материалу.

Анонс в социальных медиа

Анонс новых ЖК, акций в 10 военных группах только с целевой военной аудиторией нерекламной направленности (не более 4 рекламных сообщений в месяц)



- [Instagram.com/Mil.Estate/](https://www.instagram.com/Mil.Estate/) - подписчики - жены военнослужащих (2500)
- [VK.com/FlotCom](https://vk.com/FlotCom)
- [VK.com/VoennoeRf](https://vk.com/VoennoeRf)
- [VK.com/Mil.Estate](https://vk.com/Mil.Estate)
- [Twitter.com/FlotCom/](https://twitter.com/FlotCom/)
- [Twitter.com/VoennoeRf/](https://twitter.com/VoennoeRf/)
- [Facebook.com/Центральный-Военно-Морской-Портал-646456108804896/](https://facebook.com/Центральный-Военно-Морской-Портал-646456108804896/)
- [Facebook.com/Военноерф-информационное-агентство-783893698338861/](https://facebook.com/Военноерф-информационное-агентство-783893698338861/)
- [OK.ru/group/53297442914545](https://ok.ru/group/53297442914545)
- [OK.ru/group/53297459101937](https://ok.ru/group/53297459101937)

12 120 Р за 1 сообщение во все группы (#108). БЕСПЛАТНО при заказе позиций ниже.

Статья: подготовка с выездом корреспондента на объект, публикация в СМИ

Корреспонденты [Mil.Estate](https://mil-estate.com) выезжают на объекты и подготавливают материалы глазами военнослужащих, заинтересованных в приобретении жилья. Посещены объекты в более чем 6 регионах России (Москва, Петербург, Калининград, Нижний Новгород и другие). Профессиональный материал с выездом специализирующегося на жилье военного корреспондента, фотосъемкой. Оцениваются транспортная доступность, экология, планировки, качество строительства в сравнении с объектами других застройщиков, опрашиваются жильцы уже сданных очередей.

Объем публикации – до 20 000 знаков, до 7 фото, до 1 видео. Публикация в СМИ с анонсом на [Mil.Estate](https://mil-estate.com), [Военное.РФ](https://voennoe.pf), [FLOT.com](https://fлот.com) и закреплением на 7 дней на главных страницах всех изданий. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 12 военных группах (4 соцсети) с целевой военной аудиторией. Утверждается главным редактором в соответствии с политикой редакции до подписания договора. Публикуется с пометкой "партнерский материал". **55 300 Р (#117).**

Статья: публикация в СМИ материала заказчика

Объем публикации – до 20 000 знаков, до 7 фото, до 1 видео.

Публикация в СМИ с анонсом на [Mil.Estate](https://mil-estate.com), [Военное.РФ](https://voennoe.pf), [FLOT.com](https://fлот.com) и закреплением на 7 дней на главной странице [Mil.Estate](https://mil-estate.com). Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 12 военных группах (4 соцсети) с целевой военной аудиторией. Утверждается главным редактором в соответствии с политикой редакции до подписания договора. Публикуется с пометкой "партнерский материал". **29 500 Р (#106).**

Приоритетное размещение пресс-релиза (Mil.Estate + крупнейшие военные СМИ)

Размещение в самых цитируемых военных СМИ России (исследование от 08.12.2016) позволяет обеспечить максимальный охват сообщений. Публикуется в главной новостной ленте (не в отдельном разделе для пресс-релизов).

Закрепление на главной странице [Mil.Estate](https://mil-estate.com), [Военное.РФ](https://voennoe.pf), [FLOT.com](https://fлот.com) (не ниже 7-й строки новостного блока) предоставленного заказчиком пресс-релиза (строгий формат, наличие новостного повода, лида). Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 12 военных группах (4 соцсети) с целевой военной аудиторией. **3 дня - 16 200 Р (#103.а), 7 дней - 22 600 Р (#103.с).**

Спонсорство и особые акции

Негосударственная медиа группа Mil.Press выпускает федеральные СМИ военной тематики с 1998 года. №1 в России по размеру военной аудитории, числу выпускаемых изданий и цитируемости. В состав группы входят информационное агентство Военное.РФ с собственной корреспондентской сетью (ЭЛ № ФС 77 - 55085), ведущее издание морского ВПК FlotProm.ru, Центральный военно-морской портал FLOT.com (ЭЛ № ФС 77 - 39156), ежедневное англоязычное издание про ВС и ВиВТ России и СНГ Mil.Today, издание «Вся правда о военной ипотеке Mil.Estate». **Кто цитирует материалы Mil.Press:**



«Официальный спонсор Mil.Press»

- 1) Активный логотип на сайтах всех изданий медиа группы: Военное.РФ, Mil.Estate, FLOT.com, FlotProm.ru, Mil.Today. Сопровождается подписью "При поддержке:".
- 2) Эксклюзивная страница в медиа-ките Mil.Press. Сопровождается подписью "Официальный спонсор Mil.Press". Медиа-киты распространяются в течение года среди руководства Минобороны, предприятий ВПК и других заинтересованных лиц в целевой аудитории. Также ЦА медиа-китов с отдельными допущениями соответствует спискам участников крупнейших российских военных выставок: Международного военно-морского салона (МВМС), авиасалона МАКС, военно-технического форума "Армия". Если для вас работа с военной аудиторией - не только маркетинговый, но и имиджевый инструмент, в этом разделе можно указать, какие вы ставите перед собой цели. Размер доступной для размещения информации соответствует горизонтально- ориентированному листу А4. Объем распространения - от 300 экз./год.
- 3) Логотип спонсора на всей печатной продукции Mil.Press. Размещение логотипа спонсора на презентационных лифлетах медиа группы, распространяемых лично в руки военным специалистам и профессионалам ВПК. Объем распространения - от 5000 экз./год.

- 4) Эксклюзивная промо-страница по адресу www.компания.Военное.РФ или www.компания.FLOT.com (лендинг). Размещается презентационный мультимедийный лендинг компании, наглядно представляющий поставляемую продукцию/услуги. Все упоминания о компании на сайтах медиа группы Mil.Press, как в совместно подготовленных, так и в собственных редакционных материалов, оформляются в виде ссылок на промо-страницу.
Хостинг на 1 год предоставляется Mil.Press, лендинг - заказчиком.
- 5) Заявление спонсора во всех партнерских мероприятиях: отраслевых военных мероприятиях, Международном военно-морском салоне (МВМС), авиасалоне МАКС, военно-техническом форуме "Армия". Для титульного спонсора доступна возможность размещения полиграфических материалов на стенде Mil.Press. Посещаемость одной выставки - от 30 тысяч человек в день. Длительность - 5-6 дней.
279 000 Р в год (#405).

«Титульный спонсор Mil.Press»

- 1) Активный логотип на всех сайтах медиа группы.
На Военное.РФ, Mil.Estate, Mil.Today располагается в верхней части экрана слева от поля "Поиск по сайту". На FLOT.com и FlotProm.ru располагается в правом верхнем углу ниже логотипа Mil.Press. Сопровождаются подписью "При поддержке:".
 - 2) Эксклюзивная страница в медиа-ките Mil.Press на **первом** развороте. Сопровождается подписью "Официальный спонсор Mil.Press". Медиа-киты распространяются в течение года среди руководства Минобороны, предприятий ВПК и других заинтересованных лиц в целевой аудитории. Также ЦА медиа-китов с отдельными допущениями соответствует спискам участников крупнейших российских военных выставок: Международного военно-морского салона (МВМС), авиасалона МАКС, военно-технического форума "Армия". Если для вас работа с военной аудиторией - не только маркетинговый, но и имиджевый инструмент, в этом разделе можно указать, какие вы ставите перед собой цели.
Размер доступной для размещения информации соответствует горизонтально-ориентированному листу А4. Объем распространения - от 250 экз./год.
 - 3) Логотип спонсора на всей печатной продукции Mil.Press. Размещение логотипа спонсора на презентационных лифлетах медиа группы, распространяемых лично в руки военным специалистам и профессионалам ВПК
Объем распространения - от 5000 экз./год.
 - 4) Эксклюзивная промо-страница по адресу www.компания.Военное.РФ, www.компания.FLOT.com, www.компания.Mil.Estate. Размещается презентационный мультимедийный лендинг компании, наглядно представляющий поставляемую продукцию/услуги. Все упоминания о компании на сайтах медиа группы Mil.Press, как в совместно подготовленных, так и в собственных редакционных материалов, оформляются в виде ссылок на промо-страницу.
Хостинг на 1 год предоставляется Mil.Press, лендинг - заказчиком.
 - 5) Заявление спонсора во всех партнерских мероприятиях: отраслевых военных мероприятиях, Международном военно-морском салоне (МВМС), авиасалоне МАКС, военно-техническом форуме "Армия". Для титульного спонсора доступна возможность размещения полиграфических материалов на стенде Mil.Press. Посещаемость одной выставки - от 30 тысяч человек в день. Длительность - 5-6 дней.
-
- 6) Включение печатной продукции спонсора в собственную печатную продукцию.
 - 7) Логотип на униформе сотрудников. Для редакторов, менеджеров по развитию (от 5 человек на крупном мероприятии) - размещение логотипа спонсора на металлическом

бейдже в формате "Mil.Press (логотип). При поддержке: логотип_компании". Для корреспондентов, фотографов, видеооператоров, моделей-промоутеров (от 8 человек на крупном мероприятии) логотип размещается на футболках. Униформа используется на профильных мероприятиях, а также на крупнейших военных выставках (МВМС, МАКС, "Армия").

- 8) Организация совместных статусных мероприятий, конференций, вебинаров, конкурсов для военнослужащих. Дополнительную PR-поддержку мероприятий редакция привлекает за счет публикаций в партнерских изданиях (крупнейшие электронные СМИ Северо-Запада с аудиторией свыше 2 700 000).
- 9) Право использования бренда Mil.Press в рекламных кампаниях спонсора. По умолчанию возможно упоминание в маркетинговых материалах с пометкой "Информационный партнер: военная медиа группа Mil.Press". Любая другая формулировка может использоваться только по согласованию с редакцией. **По запросу.**

Особые акции

Mil.Press на постоянной основе является организатором тематических конкурсов для военной ЦА. Один из последних масштабных конкурсов, #МБП (Миллион Боевой Подруге) проходил среди жен военнослужащих. Призы конкурса - сертификаты на скидку при покупке квартиры по военной ипотеке. Основными целями конкурса являлось знакомство целевой аудитории с преимуществами объектов партнеров-застройщиков, направление горячих лидов партнерам-застройщикам, информирование военнослужащих.

Цели были выполнены, достигнут значительный охват ЦА. Проведение конкурса освещалось в отраслевых СМИ, изданиях Северо-Запада, на телеканалах:



Для участия в конкурсе застройщик предоставляет эксклюзивную скидку от 9% стоимости квартиры на ВИ. Равнозначные скидки не должны фигурировать на сайте застройщика.