



Почему руководство МО и предприятий ВПК читает Mil.Press ежедневно?

Mil.Press – единственные в России ЕЖЕДНЕВНЫЕ военные издания с собственной корреспондентской сетью. Именно поэтому материалы изданий Mil.Press, являясь оперативным источником неискаженной информации для командования Минобороны, попадают в сводки должностных лиц уровня главкомов и замминистров, выступают эффективным каналом коммуникации "Возможности/проблемы ВПК" – "Нужды Минобороны".

Что дает предприятиям работа с Mil.Press?

- 1. Доступ к самой крупной военной аудитории.** Материалы Mil.Press ежемесячно читают 600.000 человек, имеющие непосредственное отношение к Минобороны и ВПК.
- 2. Работающий инструмент для продвижения военной продукции и помощи в решении отраслевых проблем.** Материалы Mil.Press не раз приводили к корректировке решений должностных лиц МО в области технологий, безопасности и импортозамещения. Специалисты Mil.Press работали при комиссиях МО по вопросам выбора единственного поставщика. См. также отчет "Реакция на публикации Mil.Press 2017" (по запросу).
- 3. Бесплатное присутствие в крупнейших федеральных и международных СМИ.** Mil.Press – самые цитируемые военные СМИ в России ¹⁾. На публикации Mil.Press об оборонном комплексе ссылаются крупнейшие международные (CNN, BBC и др.) и российские (РИА Новости, Интерфакс, ТАСС и др.) издания. Специалисты Mil.Press выступали экспертами в эфире Центрального Телевидения Китая, телеканала "Звезда", Бизнес-ФМ и др.
- 4. Серьезное повышение эффективности участия в выставках.** Mil.Press – №1 в освещении военных выставок. На выставках "Армия-2016/2017" ³⁾⁴⁾, "МВМС-2015/2017" ⁵⁾⁶⁾, "МАКС-2017" ⁷⁾ издания Mil.Press выпустили больше эксклюзивных материалов, чем федеральные информагентства. Это – проверенный по эффективности канал с возможностью заявить о разработках и попасть в поле зрения принимающих решение лиц.

5. Уверенность, что каждый "маркетинговый" рубль работает для прибыли. По выполнению работ готовится аналитический медиаотчет об охвате аудитории и ее интересе.

1) Исследование от 08.12.2016 2) Издания Mil.Press входят в топ-20 военных СМИ - данные системы мониторинга СМИ "Медиалогия" от 10.05.2016. Исследования: 3) от 21.10.2016 4) от 08.09.2017 5) от 30.06.2011 6) 10.07.2017 7) от 05.08.2017.

В 95% случаев работа со СМИ бесполезна для предприятий ВПК

Мы работаем над тем, чтобы клиенты Mil.Press попадали в оставшиеся 5%.

1. Не делать рекламные материалы

Вместо этого Mil.Press создает отраслевую экспертизу. Все материалы рождаются с привлечением широкого круга действующих лиц: представителей отрасли, военных экспертов, эксплуатантов. В результате потенциальные заказчики, лица, принимающие решения, получают не рекламный проспект, а аналитическую информацию, сведения из которой будут учитываться при принятии решений.

В том числе это достигается за счет особого подхода к созданию материалов:

рекламные		работающие
✓	текст пишут ваши сотрудники	✗
✗	к вам приезжает военный журналист	✓
✗	в тексте есть мнения экспертов	✓
✗	в тексте есть отзывы эксплуатантов	✓
✗	новые аналитические данные для военных	✓
✗	медиаотчет по факту	✓

2. Давать руководству информацию для принятия решений

Вопросы финансирования, поставок, конкуренции и взаимоотношений с военными чиновниками являются важнейшими для руководителей ВПК. Специалисты Mil.Press осуществляют более 10.000 контактов в год с руководителями ВПК и МО по этим вопросам. Контакты, успешные "кейсы", информация о происходящем "за кулисами" отрасли и в смежных отраслях - это то, что бесплатно получают клиенты Mil.Press.

3. Помогать маркетинговой и PR-службе предприятия

По данным Mil.Press, менее 5% пресс-релизов предприятий проходит редакционный фильтр в ведущих отраслевых и федеральных СМИ. При этом на согласование одного пресс-релиза специалисты предприятия тратят дни, а иногда - недели. Специалисты Mil.Press знают "рычаги" для привлечения внимания и бесплатно консультируют маркетологов и пиарщиков партнеров. А маркетинговые пакеты Mil.Press позволяют в отдельных случаях усиливать информационную активность, заменяя пресс-релизы на подготовленные военными журналистами новости, включающие аргументацию опрошенных представителей отрасли, лидеров мнений, экспертов или эксплуатантов.

Статья-интервью: с выездом корреспондента, фотосъемка, публикация в СМИ

Развернутая статья-интервью с представителем руководства, в которой “от и до” рассказывается в формате живого общения о деятельности и развитии предприятия. Позволяет внести актуальные вопросы в повестку дня, предложить экспертные решения. Военный корреспондент выезжает на предприятие, проводится фотосъемка интервьюируемого.

Объем публикации – до 30.000 знаков (~ 7 печатных страниц), до 7 фото. Публикация в СМИ с анонсом на [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#), [FlotProm.ru](#) и закреплением на 7 дней на главной странице тематического издания. Средний охват аудитории - 40.000. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно). Публикуется с пометкой "партнерский материал". **95.100 ₺ (#107.i)**.

Статья информационная: с выездом корреспондента, публикация в СМИ

Военный журналист выезжает на предприятие. Тщательно проработанный материал дает объемную информацию о продукции, раскрывает все ее преимущества перед аналогами. Основой материала являются предоставленные предприятиям данные; включаются комментарии военных экспертов. Заказчик и аудитория получают не рекламный проспект, а вызывающую доверие информацию, сведения из которой должностные лица будут учитывать при принятии решений.

Объем публикации – до 15.000 знаков (~ 4 печатных страницы), фотосъемка – до 7 фото. Публикация в СМИ с анонсом на [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#), [FlotProm.ru](#) и закреплением на 7 дней на главной странице тематического издания. Средний охват аудитории - 40.000. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно). Пометка "партнерский материал". **107.100 ₺ (#107.inf)**.

Статья аналитически-исследовательская: подготовка, публикация в СМИ

Аналитический исследовательский материал. Глубоко раскрывает текущую ситуацию по конкретному вопросу, отдельные факты рассматриваются как часть более широкого явления. Основой материала является собственный отраслевой анализ. Внедряется аргументация опрошенных представителей отрасли, лидеров мнений, экспертов и эксплуатантов. Готовится с точки зрения экспертного отраслевого сообщества, не от конкретного предприятия. Конечный результат позволяет:

1. Руководству предприятия: исключить бессмысленный расхода ресурсов, финансовых средств, заранее уточнив конкретные потребности военных/головных и их объемы; оценить перспективность работы по данному направлению на ближайшие 2-5 лет, скорректировать стратегию; уточнить цепочки принятия решения, влияющих ЛПР.
2. Должностным лицам: получить аналитические данные, которые в дальнейшем будут использоваться как фундамент для выработки решений, концепций, стратегий. За счет глубины проработки зачастую вызывают большее доверие, чем данные профильных НИИ.
3. При необходимости - поставить вопросы в отраслевую/федеральную повестку дня.

Объем публикации – до 15.000 знаков (~ 4 печатных страницы), фотосъемка – до 7 фото. Публикация в СМИ с анонсом на [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#), [FlotProm.ru](#) и закреплением на 7 дней на главной странице тематического издания. Средний охват аудитории - 40.000. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно). Пометка "партнерский материал". **151.100 ₺ (#107.a)**.

Статья: публикация в СМИ готового материала заказчика

Утверждается главным редактором в соответствии с редакционной политикой до подписания договора. Объем публикации – до 15.000 знаков (~ 4 печатных страницы), до 7 фото, до 1 видео. Публикация в СМИ с анонсом на [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#), [FlotProm.ru](#) и закреплением на 7 дней на главной странице тематического издания. Средний охват аудитории - 40.000. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно). Пометка "партнерский материал". **67.100 Р (#106).**

Информационное сопровождение мероприятия: выезд видеооператора, корреспондента, подготовка новости, видеосюжета, фотосъемка, публикация в СМИ

Информирование аудитории о мероприятиях, выпуске образцов продукции, участии в отраслевых выставках или конференциях. Репортаж, в том числе блиц-интервью с представителем предприятия, фотосъемка, подведение итогов и отражение реакции заинтересованных лиц. Для объективности, убирания налета "рекламности" военные журналисты Mil.Press добавляют аргументацию опрошенных представителей отрасли, лидеров мнений, экспертов или эксплуатантов.

Выходное видео – до 2 минут (оптимальный хронометраж для интернета). Объем публикации – около 2.000 знаков, фото – до 3 шт. Публикация в СМИ с анонсом на [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#), [FlotProm.ru](#) и закреплением на 7 дней на главной странице тематического издания. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно). Публикуется с пометкой "партнерский материал". **При выездных затратах до 4 часов (2 часа "дорога" + 2 часа мероприятие) – 98.000 Р (#104.b, 105.a).**

Видео: съемка и публикация в СМИ

Видеосъемка события, серийной или перспективной продукции, производственного процесса или показ эксплуатации выпущенного продукта; стендап представителя предприятия, поясняющего основные преимущества продукции. Видеосюжеты Mil.Press - это не просто красивые кадры. Их снимают специалисты, понимающие отрасль и цели предприятий ВПК. Базовый пакет (съемка с выездом оператора при временных затратах до 4 часов (с учетом дороги), проф.оборудование, выносной микрофон, качественный монтаж с русскоязычными субтитрами, заставка [Mil.Press](#)). Публикация в СМИ с анонсом на [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#), [FlotProm.ru](#) и закреплением на 7 дней на главной странице тематического издания. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно).

Выходной материал до 2 минут (оптимальный хронометраж для интернета) – 52.100 Р (#105a); выходной материал до 5 минут – 67.300 Р (#105b). Расширенный (выходной материал до 10 минут, спецоборудование, съемка до 8 часов, собственная заставка предприятия) – 139.200 Р (#105.c).

Фото: съемка и публикация в СМИ

Интерьерная/экстерьерная съемка, в т.ч. образцов продукции, с выездом военного фотокорреспондента и постобработкой.

Фоторепортаж с 20 отобранными и обработанными фото. Публикация в СМИ с анонсом на [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#), [FlotProm.ru](#) и закреплением на 7 дней на главной странице тематического издания. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно). **При затратах до 4 часов (2 часа "дорога" + 2 часа мероприятие) – 40.300 Р (#115.aext); 8 часов – 46.500 Р (#115.bext).**

См. также "Программа мероприятий по диалогу с госструктурами и решению отраслевых проблем" (высылается по запросу).

Информационная поддержка деятельности

Новостное сопровождение: подготовка без выезда корреспондента, публикация в СМИ

Информирование целевой аудитории об успехах предприятия; проектировании, выпуске образцов продукции; участии в отраслевых мероприятиях, выставках, конференциях или их организации. Новость готовится "с нуля" или на базе предоставленного предприятием пресс-релиза. Для объективности, убирания налета "рекламности" военные журналисты Mil.Press добавляют аргументацию опрошенных представителей отрасли, лидеров мнений, экспертов или эксплуатантов. Позволяет сформировать у заказчика позитивный образ предприятия, своевременно информировать целевую аудиторию, нивелировать эффект от действий конкурентов. Размещение в самых цитируемых военных СМИ России (исследование от 08.12.2016) позволяет обеспечить максимальный охват.

Объем публикации – около 2.000 знаков, фото – до 3 шт. Публикация в СМИ с анонсом на [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#), [FlotProm.ru](#) и закреплением на 7 дней на главной странице тематического издания. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно). Публикуется с пометкой "партнерский материал". **37.100 Р (#104.a)**.

Пресс-релизы: освещение деятельности, успехов, анонс новых проектов/продуктов

Публикация разовых или регулярных пресс-релизов обо всех аспектах деятельности предприятия с редактурой. 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).

Только для профильных пресс-релизов. Закрепление на главной странице [Военное.РФ](#), [FLOT.com](#), [FlotProm.ru](#) (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 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно). **3 дня – 18.400 Р (#103.b), 7 дней – 26.400 Р (#103.d), годовой пакет 6 шт. на 7 дней каждый – 129.000 Р (#103.dhy), годовой пакет 12 шт. на 7 дней каждый – 182.000 Р (#103.dy)**.

Партнеры медиа группы Mil.Press

Военформ-дизайн



Кто цитирует и перепечатывает материалы Mil.Press



ПРИМЕЧАНИЯ

1. Срок размещения в средствах массовой информации – бессрочно.
2. Цены действительны в течение 30 дней после получения предложения. Скидки для полугодовых и годовых пакетов/программ указаны при 100% предоплате.
3. Услуги оказываются круглогодично, за исключением времени прохождения крупных отраслевых выставок (действуют только спецпакеты "Военные выставки").
4. Территория оказания услуг – не далее 100 км от Москвы, Санкт-Петербурга (если не указано иное).
5. По выполнению работ предоставляется аналитический медиаотчет о результатах (по запросу, бесплатно – для договоров более 200.000 Р). Раздел 1. Общий охват целевой военной аудитории (ЦВА), ее фактический портрет (возраст, география), включая отдельно иностранную аудиторию при выполнении соответствующих работ. Раздел 2. Просмотры в разрезе конкретных материалов (напрямую, по подписке, в перепечатках других СМИ, через соцканалы), текущий интерес ЦВА к деятельности/продукции предприятия и оценка долгосрочного эффекта по привлечению внимания ЦВА. Раздел 3. Аналитические выводы и рекомендации.
6. FLOT.com™, FLOT™ – товарные знаки (свидетельства №438283, №438284).

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ДРУГИМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВПК

Продвижение продукции	http://Mil.Press/offer.pdf
Военные выставки России и СНГ	http://Mil.Press/offerExhibition.pdf
Годовая медийная поддержка, баннеры, спонсорство	http://Mil.Press/offerSpecial.pdf
Программа мероприятий по диалогу с госструктурами и решению отраслевых проблем	по запросу
Международный рынок: Продвижение продукции	http://Mil.Press/offerExport.pdf
Международный рынок: Выставки зарубежные	http://Mil.Press/offerExportExhibition.pdf

ДЕПАРТАМЕНТ РАЗВИТИЯ ВПК

+7 (499) 703-32-93 общий (с 09:00 до 18:00 МСК)

+7 (812) 309-93-30

+7 (812) 309-93-52

+7 (812) 309-93-58

+7 (812) 309-93-75

+7 (812) 309-93-86

генеральный директор
информационно-
аналитической группы Mil.Press
ООО «ФЛОТ»



=Сотнийчук А.С.=