



## 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 МО, попадают в сводки должностных лиц уровня главкомов и замминистров, выступают эффективным каналом коммуникации "Возможности/проблемы ВПК" – "Нужды МО".

## 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 <sup>1)</sup>. 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" <sup>3)4)</sup>, "МВМС-2015/2017" <sup>5)6)</sup>, "МАКС-2017" <sup>7)</sup> 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.

## Высокоточное поражение выставочных целей:

1. **Попасть еще до выставки в поле зрения высокопоставленных лиц, принимающих решения.** На выставках действует "правило одной трети": только 1/3 целевой аудитории предприятия приедет на выставку, из которой только 1/3 дойдет до стенда. Информационная подготовка и сопровождение от военного СМИ №1 по масштабности и оперативности освещения военных выставок<sup>3)4)5)6)7)</sup> **увеличат число контактов как с участниками выставки в лице представителей Минобороны и головных предприятий, так и с теми, кто не приехал. Проверено!**
2. **Заявить про наработки, экспертно раскрыть преимущества перед аналогами.** Военные, как правило, аналитики, а не визуалы. Чтобы сделать выбор, им недостаточно увидеть стенд предприятия на выставке – они хотят проанализировать разные аспекты, изучить документацию. Технически грамотные экспертные материалы помогают им в этом.
3. **Сделать эффект выставки долгосрочным.** Выставка длится 5-6 дней, бумажные материалы живут не дольше. Материалы в наших электронных СМИ остаются навсегда. Специалисты и представители заказчика при поиске материалов по отрасли и конкретной продукции многократно увидят пресс-релизы, аналитические статьи, видеосюжеты и фотоотчеты с выставки. Подтверждается медиаотчетами.

Военные журналисты Mil.Press еще до выставки привлекают внимание к продукции предприятия при помощи особо поданных пресс-релизов, а в ходе выставки готовят новости о представленной продукции, снимают и оперативно монтируют видеосюжеты об участии предприятия в выставке, делают фотосъемку стенда, продукции, визитов VIP-лиц. И многое другое.

## Максимум за 48 часов.

Все подготовленные материалы выходят в крупнейших военных электронных СМИ с аудиторией 600.000 человек в течение 48 часов, прямо во время выставки – а не через месяц после ее окончания. По отзывам департаментов и комитетов МО именно ленты Mil.Press за счет своей полноты и оперативности являются основными источниками информации в ходе проведения выставок.



МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
ВОЕННО-ТЕХНИЧЕСКИЙ  
ФОРУМ

**MIL.PRESS**  
медиа группа

официальный  
информационный партнер  
форума «Армия-2016»  
форума «Армия-2017»  
форума «Армия-2018»



департамент развития и рекламы Mil.Press  
+7 (499) 703-32-93 | +7 (812) 309-93-30, 309-93-58  
7@Mil.Press | www.Mil.Press

## Пакет «Выставка – Заочное участие»

Маркетинговый пакет для предприятий, не участвующих в выставке. Позволяет при минимальных затратах ресурсов обратить максимальное внимание на продукцию предприятия. Используя крайне высокое внимание целевой аудитории к событиям и новостям во время выставочных мероприятий, создается эффект полноценного участия предприятия в выставке.

Готовится заранее, публикуется в дни выставки

- Новость с экспертным комментарием представителя предприятия: подготовка с выездом на предприятие, публикация в СМИ

Новость содержит экспертный комментарий представителя предприятия о развитии отрасли в контексте представленного на выставке, упоминание собственной продукции/разработок, подчеркивание их конкурентных преимуществ. Позволяет информировать целевую аудиторию об актуальных продуктах. Размещение в самых цитируемых военных СМИ России (исследование от 08.12.2016) позволяет обеспечить максимальный охват аудитории <sup>2)</sup>.

- Видеосюжет: съемка с выездом на предприятие и публикация в СМИ

Видеосъемка серийной или перспективной продукции, стендап представителя предприятия, поясняющего основные преимущества продукции. Видеосюжеты Mil.Press - это не просто красивые кадры. Их снимают специалисты, понимающие отрасль и цели предприятий ВПК <sup>3)</sup>.

- Фотосъемка продукции: с выездом на предприятие, публикация в СМИ

Интерьерная/экстерьерная съемка, в т.ч. образцов продукции, с выездом военного фотокорреспондента и постобработкой <sup>6)</sup>.

**Стоимость пакета 121.000 Р (для европейской части России)**  
(при скидке 20% за оплату ранее 60 дней до выставки; стандартный прайс – 151.250 Р)

Дополнение "Иностранная аудитория" (Перевод профессиональным военным переводчиком всех позиций пакета на английский язык, монтаж видеосюжета с английскими субтитрами; публикация в англоязычном военном СМИ [Mil.Today](#)) **+55.100 Р**

## Партнеры медиа группы Mil.Press

Военформ-дизайн



департамент развития и рекламы Mil.Press  
+7 (499) 703-32-93 | +7 (812) 309-93-30, 309-93-58  
7@Mil.Press | www.Mil.Press





**ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРИМЕЧАНИЯ**

1. 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). (#103.dhy)
2. 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". (#104.a)
3. Базовый пакет (проф.оборудование, выносной микрофон, качественный монтаж с 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). (#105.a)
4. Съемка стенда предприятия для иллюстрации новости. 3 отобранных и обработанных фото.
5. Объем публикации – около 30.000 знаков, фото – от одного предприятия 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".
6. Фоторепортаж – 20 отобранных и обработанных 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). (#115.aext)
7. Фоторепортаж – 20 отобранных и обработанных 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). (#115.bext x2)
8. Объем публикации – до 15.000 знаков, 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. Трансляция в Яндекс.Новости, Google.News; анонс в 4 соцгруппах с целевой военной аудиторией (по каждому СМИ отдельно). Публикуется с пометкой "партнерский материал". (#107.a или #107.i)
9. 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 издания.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Срок размещения в средствах массовой информации – бессрочно.
2. Цены действительны в течение 30 дней после получения предложения; приведены с учетом скидки 8% для полугодовых и 14% для годовых пакетов/программ 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 ₽). 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  
медиа группы Mil.Press  
ООО «ФЛОТ»



=Сотнийчук А.С.=  
31.01.2018



рекламы Mil.Press  
309-93-30, 309-93-58

7@Mil.Press | www.Mil.Press