



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.

Пакет «Годовое медийное освещение – Стандарт 12 месяцев»

- **Информирование целевой аудитории об успехах предприятия; проектировании, выпуске образцов продукции; участии в отраслевых мероприятиях, выставках, конференциях или их организации (пресс-релизы или новости):**

Позволяет сформировать у заказчика позитивный облик предприятия, своевременно информировать целевую аудиторию, нивелировать эффект от действий конкурентов:

На выбор: Публикация пресс-релизов в СМИ (5 шт.)

Размещение в самых цитируемых военных СМИ России (исследование от 08.12.2016) позволяет обеспечить максимальный охват аудитории. Публикуется в главной новостной ленте (не в отдельном разделе для пресс-релизов) (#103.d4).

На выбор: Подготовка и публикация новостей без выезда корреспондента (3 шт.)

Новость готовится "с нуля" или на базе предоставленного предприятием пресс-релиза. Для объективности, исключения "рекламности" военные журналисты Mil.Press добавляют аргументацию опрошенных представителей отрасли, лидеров мнений, экспертов или эксплуатантов. Размещение в самых цитируемых военных СМИ России (исследование от 08.12.2016) позволяет обеспечить максимальный охват (#104.a).

- **Информационное сопровождение мероприятия: выезд видеооператора, корреспондента, подготовка новости, видеосюжета, фото, 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. (#104.b, #105.a при выездных затратах до 4 часов (2 часа "дорога" + 2 часа мероприятие).

- **Статья-интервью: подготовка с выездом корреспондента, публикация в СМИ**

Развернутая статья-интервью с представителем руководства, в которой "от и до" рассказывается о деятельности, развитии предприятия в формате живого общения. Позволяет внести актуальные вопросы в повестку дня, предложить экспертные решения. Военный корреспондент выезжает на предприятие, проводится фотосъемка интервьюируемого (#107.i).

- **Баннер - портрет руководителя: размещение на 6 месяцев в СМИ**

Размещение портрета руководителя в рубрике "Говорят первые лица" (отображается сверху всех страниц СМИ Mil.Press FlotProm, Mil.Press Военное), ведущего на его интервью. ~ 40.000 показов ежемесячно (#407.sfp).

Стоимость пакета на 12 месяцев: 271.100 Р (скидка 10% на включенные услуги ²⁾)

Включает:

- выделенный корреспондент на весь цикл реализации программы;
- включение предприятия в спецпроекты ("Итоги года", Mil.Press TV и др.);
- приоритетное привлечение специалистов предприятия как экспертов и спикеров в ежедневных материалах Mil.Press;
- гарантированные сроки включения в редакционный график;
- предоставление аналитического медиаотчета о результатах.

Пакет «Годовое медийное освещение – Расширенный 12 месяцев»

- Подготовка и публикация новостей без выезда корреспондента (6 шт.)**
Информирование целевой аудитории об успехах предприятия; проектировании, выпуске образцов продукции; участии в отраслевых мероприятиях, выставках или их организации. Новость готовится "с нуля" или на базе предоставленного предприятием пресс-релиза. Для объективности, исключения "рекламности" военные журналисты Mil.Press добавляют аргументацию опрошенных представителей отрасли, лидеров мнений, экспертов или эксплуатантов. Размещение в самых цитируемых военных СМИ России позволяет обеспечить максимальный охват (#104.a).
- Информационное сопровождение мероприятия: выезд видеооператора, корреспондента, подготовка новости, видеосюжета, фото, 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. (#104.b, #105.a при выездных затратах до 4 часов (2 часа "дорога" + 2 часа мероприятие).
- Статья-интервью: подготовка с выездом корреспондента, публикация в СМИ**
Развернутая статья-интервью с представителем руководства, в которой "от и до" рассказывается о деятельности, развитии предприятия в формате живого общения. Позволяет внести актуальные вопросы в повестку дня, предложить экспертные решения. Военный корреспондент выезжает на предприятие, проводится фотосъемка интервьюируемого (#107.i).
- Баннер - портрет руководителя: размещение на 6 месяцев в СМИ**
Размещение портрета руководителя в рубрике «Говорят первые лица» (отображается вверху всех страниц СМИ Mil.Press Военное, Mil.Press FlotProm), ведущего на его интервью. ~ 40.000 показов ежемесячно (#407.sfp).
- 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 предприятием 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.

Стоимость пакета на 12 месяцев: 459.000 Р (скидка 10% на включенные услуги ²⁾)

Включает:

- выделенный корреспондент на весь цикл реализации программы;
- включение предприятия в спецпроекты ("Итоги года", Mil.Press TV и др.);
- приоритетное привлечение специалистов предприятия как экспертов и спикеров в ежедневных материалах Mil.Press;
- гарантированные сроки включения в редакционный график;
- предоставление аналитического медиаотчета о результатах.

Спонсорство

«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 5.000 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 материалах, 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". Титульный спонсор может размещать полиграфические материалы на стенде Mil.Press. Посещаемость одной выставки – от 30.000 человек в день. Длительность – 5-6 дней.
486.000 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 5.000 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 материалах, 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 30.000 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_компания". 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.

Партнеры медиа группы Mil.Press

Военформ-дизайн



Кто цитирует и перепечатывает материалы Mil.Press



ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРИМЕЧАНИЯ

#103 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).

#104 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".

#105.a 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).

#115.aext Съёмка стенда предприятия для иллюстрации новости. 3 отобранных и обработанных фото.

#115.bext 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).

#107.i 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".

#107.a, #107.inf 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)

#407.sfp Размещается вверху всех страниц СМИ Mil.Press FlotProm, Mil.Press Военное. Ротируется с баннерами - портретами других руководителей (не более 10 штук).

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 гоструктурами 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.=