



نکھتا

Nkhat Marketing Kit

من نحن

بدأت ميديا كال عام ٢٠٠٦ م كوكالة إعلانية تقدم خدمات إعلانية وإعلامية متكاملة ، ونظرا لتغير متطلبات السوق توسع المجموعة في نشاطاتها التسويقية من خلال مجموعة شركات شقيقة فأصبحت رائده في مجال العلاقات العامة ، والطباعة والنشر ، الإعلان والتسويق وإدارة المناسبات والمعارض والمؤتمرات ، وإدارة حملات الرعاية والتبرعات .

منذ بدء التأسيس ونحن نفخر بتقديم ما هو مميز من خلال تقديم الأفكار المبدعة والعمل الجاد والخبرة المميزة ، مقرنا الرئيس في الرياض ويتوسع نطاق خدماتنا التي نقدمها حول المملكة للوصول أيضا الى جميع البلدان في المنطقة العربية .



نماذج من أعمال ميديا كالم

تنظيم وتلقيح
افتتاح وتدشين
مشاريع
الموانئ
السعودية
٢٠١٥ - ٢٠١٤



أعمال
ميديا كالم
المتنوعة
بالتصميم
والاعلام



معرض مشاريع
متميزة في عهد
كادم الحرمين
الشرقيين ٢٠١٤



مشروع
منتدى
التنافسية
٢٠١٦ م



مشروع تصميم
وتلقيح فقرة
معرض خاص
بملاعب الجوهرة
بجدة



تصميم
جناح السياحة
معرض دبي



مشروع
ملتقى
التراث
العمراني



مشروع تصميم
وتلقيح وإدارة
معرض
وزارة البترول
وشركات
البترول الوطنية
الكبرى



عن الفعالية

مهرجان الترفيه والمتعة للعائلة

ثيم هاواي ، الثيم الثلجي، الثيم الملكي، ثيم الصحراء

ترخيص رقم: ١٧٤٤/١٧

اليوم : ٣-٤-٥-٦ مايو ٢٠١٧
الوقت : ٣ عصرا وحتى ١١ مساء
المكان : درة الرياض

للحجز: ٠٩٦٦٥٥٨٨١٦٦٣٢
info@mediakal.com



فكرة الفعالية:

ستقام الفعالية لمدة اربع ايام للعائلة باسم نكهات لعشاق المتعة لتجربة مجموعة متنوعة من الأذواق والثقافات .

الموضوع الرئيسي للفعالية هو تسليط الضوء على مجموعة مذهلة من نكهات المطاعم والمشروبات في اجواء متنوعة وراقية وفعاليات للمرأة والطفل مختارة بعناية .

تصميم الفعالية :

تماشياً مع اسم وهوية الفعالية (نكهات) سنطرح مجموعة من الثيمات للموقع بحيث تعكس اجواء رائعه للمكان واطافة جمالية تستمتع بها العائلة وتثري الفعالية.

- **ثيم هاواي** : هو الثيم السائد لاطافة جو من المتعة والبساطة .
- **الثيم الثلجي**: لاطفاء عنصر الابهار خصوصا في اجواءنا الحاره.
- **الثيم الملكي** : يستهدف شريحة VIP.
- **ثيم الصحراء** : ويستهدف عشاق الصحراء .

وقت وموقع الفعالية :

تقام الفعالية من يوم الأربعاء ٥/٣ الى السبت ٢٠١٧/٥/٦ م
من الساعة الثالثة ظهراً الى الثانية عشر مساءً في درة الرياض ، طريق القصيم .



الفعاليات المصاحبة : للاطفال:

- ركن (هاواي كيدز)
- ركن (سنو وايت والاقزام)
- ركن باربي
- ركن سبايدر مان
- ركن البالونات
- ركن منيمن .
- فعاليات مصاحبة مثل :
رسم عالوجة ، تلوين عالسراميك ، تلوين ماسكات ، قص ولزق ، العاب متنوعة .

للمرأة:

- مسابقات كورنر
- كورنر المشاهير
- مجموعة فعاليات نسائية متنوعة .

المعرض المصاحب :

يستهدف تقديم مجموعة مختارة ومتميزة من العارضيين يتم اختيارهم من قطاعات مختلفة تعكس هوية الأيفنت ، مثل قطاع الأكل والمشروبات ، الاواني المنزلية ، النكهات والبهارات ، القهوة ، الحلويات ، التعليم ، الترفيهية .

- ركن المطاعم :

يستهدف استقطاب ما بين ٨٠ - ١٠٠ مطعم منوع لتقديم مجموعة من النكهات والثقافات المختلفة مما يعطي تنوع للزوار .

- ركن الأسر المنتجة :

سيتم توفير ركن للأسر المنتجة المبدعة في حدود ٥ الى ١٠٪ من مجموع المطاعم .

- **الفعاليات المصاحبة :**

ستقام عدة فعاليات يومية في مكان مخصص (ستيج) منها :
مسابقات للحضور - فقرات للاطفال - تجارب المبدعين .

- **ركن الطبخ الحي :**

توفير ركن للطبخ الحي سيتم من خلاله عرض منتجات شركات الأغذية .

- **ركن البازار :**

يحتوي على عدة اقسام للبيع متنوع ممثل الالوانى منزلية - البهارات - الاغذية المعلبة -
اكسسوارات المطبخ - مشروبات ونكهات مختاره بعناية .

باقعة الرعاة الاعلاميين (خمسون الف ريال)

- ١- تكريم للرعاة من راعي الحفل .
- ٢- توفير خمس بطاقات VIP للراعي الإعلامي .
- ٣- إظهار اسم الراعي واللوجو على جميع إعلانات المهرجان المطبوعة والإلكترونية.
- ٤- صفحة إعلانية للراعي الإعلامي في الكتيب التسويقي .
- ٥- سيتم أرفاق اسم الراعي الإعلامي في كل القوائم الإعلانية والإيميلات المرسله والرسائل النصية (لا يقل عن خمسين ألف إيميل وخمسين ألف رسالة)
- ٦- نشر على مواقع التواصل الإجتماعي للوصول الى عشرين مليون شخص .
- ٧- نشر شعار وأسم الراعي الإعلامي على حسابات الفعالية في السوشل ميديا والموقع الإلكتروني .
- ٨- توفير ستاند للراعي لعرض خدماته للجمهور .

انواع الرعاية والامتيازات :

برونزي 75,000	فضي 100,000	ذهبي 150,000	ماسي 200,000	انواع الرعاية
			✓	جناح للراعي الماسي بمساحة ٢٠م
		✓		جناح للراعي الذهبي بمساحة ١٦م
	✓			جناح للراعي الفضي بمساحة ١٢م
✓				جناح للراعي البرونزي بمساحة ٩م
			✓	سينفرد الراعي الماسي بظهور شعاره على جميع الحملات الترويجية للفعالية
			✓	اسم الراعي سيكون على جميع المطبوعات والاعلانات بأختلاف الاحجام

برونزي 75,000	فضي 100,000	ذهبي 150,000	ماسي 200,000	انواع الرعايةات
			✓	توفير ١٠ بطاقات للراعي الماسي في قسم ال VIP
		✓		توفير ٨ بطاقات للراعي الذهبي في قسم ال VIP
	✓			توفير ٦ بطاقات للراعي الفضي في قسم ال VIP
✓				توفير ٤ بطاقات للراعي البرونزي في قسم ال VIP
✓	✓	✓	✓	اظهار اسم الراعي واللوجو ونوع الرعاية على الستيج بأختلاف الاحجام
✓	✓	✓	✓	اظهار اسم الراعي واللوجو على جميع اعلانات الكرنفال ووسائل الاتصال والمطبوعات بأختلاف الاحجام

برونزي 75,000	فضي 100,000	ذهبي 150,000	ماسي 200,000	انواع الرعايةات
✓	✓	✓	✓	صفحة اعلانية للراعي واللوجو في كتيب الكرنفال (البوكليت)
✓	✓	✓	✓	سيتم ارفاق اسم الراعي في كل قائمة اعلانية او ايميل سيرسل الى الجهات المدعوة
✓	✓	✓	✓	سيتم عرض اسم الرعاية على اللوحات الارشادية.
✓	✓	✓	✓	عرض اسم الراعي على جميع القمصان التي سيستخدمها المنظمون
✓	✓	✓	✓	عرض اسم الراعي واللوجو على بوابة مدخل المهرجان

برونزي 75,000	فضي 100,000	ذهبي 150,000	ماسي 200,000	انواع الرعايةات
✓	✓	✓	✓	بنر اعلاني على صفحات المشاهير في السوشيل ميديا يصل لأكثر من ٢٠ مليون متابع وينشر اكثر من خمس مرات
✓	✓	✓	✓	وضع شعار الراعي في الاعلان الاذاعي الترويجي
✓	✓	✓	✓	وضع شعار الراعي في الاعلانات الترويجيه الصحفيه المطبوعه والاليكترونيه
✓	✓	✓	✓	نشر بنر اعلاني في صفحات الفعاليه على مواقع السوشيل ميديا

الخطة الإعلامية

تقدم كل مرحلة من المراحل ال (٤) كشف تفصيلي لسيير البرنامج الإعلامي الذي يبدأ من ٢٠ مارس ويستمر إلى ١٣ مايو من العام الجاري ، وهو كالتالي :

قبل ٣٠ يوم :

■ التواصل مع الصحف المطبوعة والإلكترونية ومحطات الراديو والقنوات الفضائية لإختيار رعاة لنكحات .

■ التواصل مع وسائل الإعلام للبدء بتجهيز الفريق الإعلامي الذي سيصاحب الفعالية من ٢٠ مارس حتى نهايتها .

■ تجهيز أسئلة وأفكار محددة يرغب القائمون على (نكحات) في تمريرها في وسائل الإعلام .

■ صياغة ونشر ٤ بيانات صحفية+ حضور تلفزيوني وإذاعي بمعدل ٣ مرات .

■ التواصل مع قسم الإعلام الجديد لإرسال الرصد اليومي لما ينشر في وسائل الإعلام .

قبل عشر ايام:

■ إدارة محتوى البيانات الصحفية والمشاركات الإذاعية والتلفزيونية .

■ تحديد الشخصيات التي ستظهر على الشاشات الفضية ومحطات الراديو .

■ تجهيز دعوة لحضور الإعلاميات لحفل الإفتتاح.

■ نشر وصياغة ٣ بيانات صحفية .

■ إعداد قائمة الإعلاميات الحاضرات في حفل الإفتتاح .

■ الظهور في لقاءات إذاعية وتلفزيونية .

■ التواصل مع قسم الإعلام الجديد ، لإرسال الرصد اليومي لما ينشر في وسائل الإعلام .

أثناء الفعالية :

■ حضور ٢٠ وسيلة إعلامية لحفل الإفتتاح .

■ تصوير قنوات فضائية لتقارير ميدانية من أرض الفعالية .

■ تعيين فريق إعلامي مكون : (مدير الخدمات الإعلامية ، مصورة فوتوغرافية ، موظفة علاقات عامة ، مساعدة موظفة علاقات عامة ، محررة صحفية) .

■ كتابة وصياغة ونشر ٣ بيانات صحفية .

■ كتابة ١٠ قصص صحفية " مدفوعة " للسيدات المشاركات في الفعالية ، ونشر كل قصة بشكل خاص في صحيفة مطبوعة واحدة ، والحضور إلكترونياً بشكل بارز .

■ الحضور على مستوى القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية .

■ التواصل مع قسم الإعلام الجديد ، لإرسال الرصد اليومي لما ينشر في وسائل الإعلام .

بعد الفعالية :

■ بيان صحفي يركز على الأرقام في الفعالية ..

■ التواصل مع قسم الإعلام الجديد لإرسال الرصد اليومي لما ينشر في وسائل الإعلام .

■ تسليم ملف الرصد الإعلامي ، الذي يحتوي على كل ما نشر في وسائل الإعلام ، (صحافة مطبوعة ، صحافة إلكترونية ، القنوات الفضائية ، المحطات الإذاعية) .

تخطيط البيانات الصحفية :

فيما يلي بيان بالأفكار الصحفية التي سيتم العمل عليها
في البرنامج الإعلامي ، وهو كالتالي :

قبل ٣٠ يوم :

■ البيان الأول : التركيز على مشاركة الأسر المنتجة والجمعيات الخيرية في الحدث " صحافة ، راديو ، تلفزيون "

■ البيان الثاني : تقرير يتحدث عن إنتاج الكثير من الفعاليات لتقديم إنتاج الكثير من الفعاليات لتقديم أجواء مختلفة الى جانب جو الرياض الصحراوي في المهرجانات : " صحافة - تلفزيون "

■ البيان الثالث : ترويج الفعاليات والمهرجانات في المملكة من خلال نجوم السوشل ميديا " صحافة " .

■ البيان الرابع : تقرير يتحدث عن تطور طرق وأشكال حجز التذاكر في الفعاليات والمهرجانات في المملكة " صحافة - تلفزيون "

قبل عشر ايام:

■ البيان الأول : يتحدث عن حجم المشاركة للأسر المنتجة والجمعيات الخيرية " صحافة " .

■ البيان الثاني : يتحدث عن تدشين (نكهات) بحضور نجوم الإعلام الجديد والتقليدي " صحافة - تلفزيون - راديو "

أثناء الفعالية :

■ البيان الأول : إطلاق الفعالية وأخذ تصريحات لنجوم السوشل ميديا المشاركين .

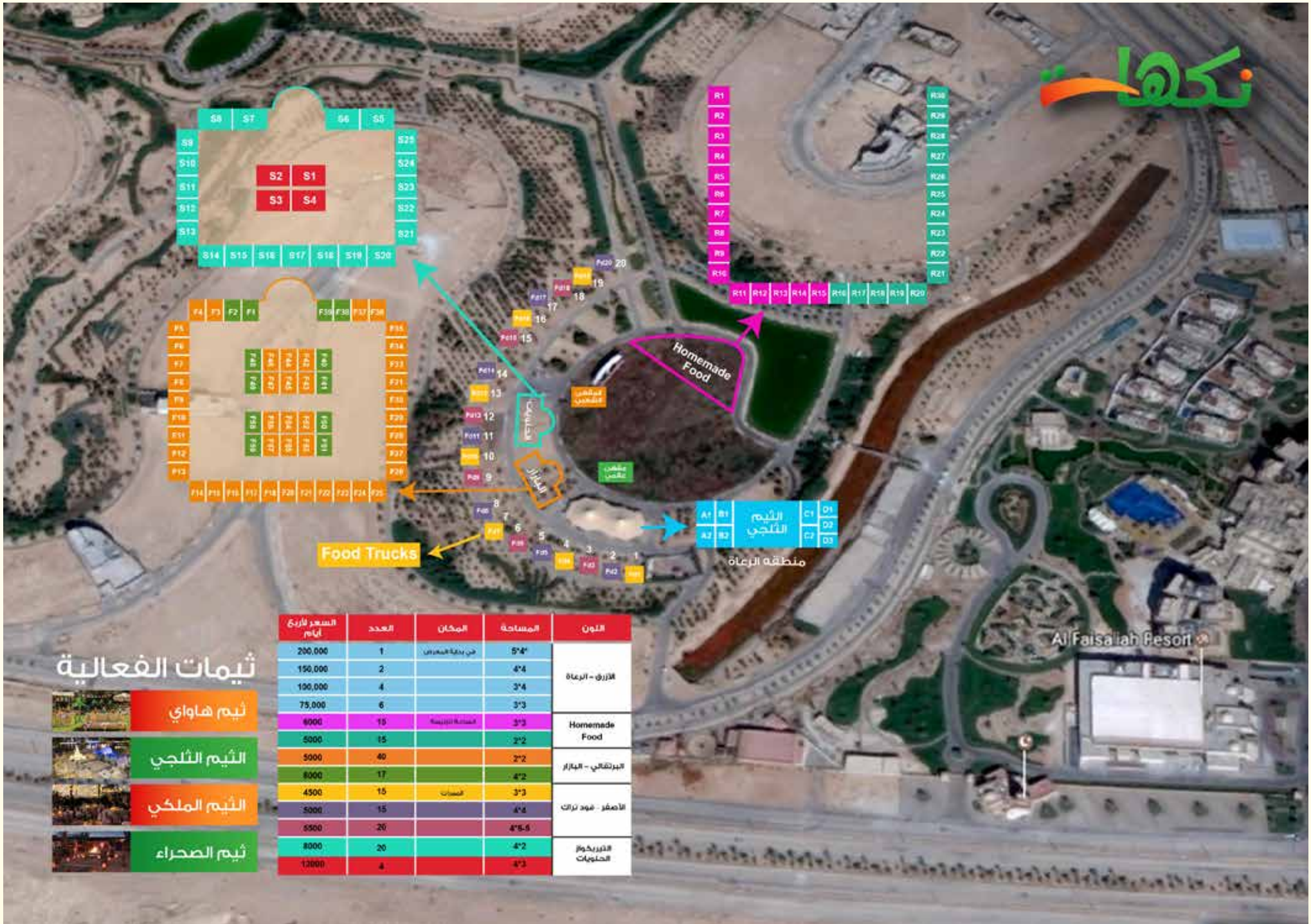
■ البيان الثاني : بيان ختامي يركز على حجم الحضور في الفعاليات وأبرز ما قدمته الشخصيات المشاركة ومستوى مشاركة الجمعيات الخيرية والأسر المنتجة .

■ كتابة ١٠ قصص صحفية " مدفوعة " .

بعد الفعالية :

■ البيان الأول والختامي : يركز على أرقام وإحصائيات من الفعالية مع تقديم أرقام للمشاركة الإجتماعية والفوائد التي خرجت بها الجمعيات الخيرية والأسر المنتجة .





ثيمات الفعالية

	ثيم هاواي
	الثيم الثلجي
	الثيم الملكي
	ثيم الصحراء

اللون	المساحة	المكان	العدد	السعر لاربع ايام
الازرق - البرعة	5*4	في منطقة البرعة	1	200,000
	4*4		2	150,000
	3*4		4	100,000
	3*3		6	75,000
Homemade Food	3*3	منطقة التجميعة	15	6000
	2*2		15	5000
البوتقاني - البازار	2*2		40	5000
	4*2		8000	8000
الاصفر - فود تراك	3*3	مضائق	15	4500
	4*4		15	5000
	4*5.5		20	5500
البنفسجي - التورنيكويز	4*2		20	8000
الاحمر - الحلويات	4*3		4	12000

مدخل
العارضين
للمشروع

25 رجل امن
مدخل المهرجان

مدخل
VIP

مدخل
المهرجان

مواقف
اضافية

مسؤول

Al Faisalah Resort



قائمة الأسعار

السعر لأربع أيام	العدد	المكان	المساحة	اللون
200,000	1	في بداية المعرض	5*4*	الأزرق - الرعاة
150,000	2		4*4	
100,000	4		3*4	
75,000	6		3*3	
6000	15	الساحة الرئيسية	3*3	Homemade Food
5000	15		2*2	
5000	40		2*2	البرتقالي - البازار
8000	17		4*2	
4500	15	الممرات	3*3	الأصفر - فود تراك
5000	15		4*4	
5500	20		4*6-5	
8000	20		4*2	التيريكواز الحلويات
12000	4		4*3	

الشركاء الاعلاميون



ثيم هاواي :

هو الثيم السائد لاضافة جو من المتعة والبساطة .



الثلج الثلجي:

لاضفاء عنصر الابهار خصوصا في اجواءنا الحاره.



الثيم الملكي :

يستهدف شريحة VIP.



ٲيم الصحراء :

ويستهدف عشاق الصحراء .



المأكولات والمشروبات

