

# DON'T SPEAK RUSSIAN? [CLICK HERE FOR ENGLISH!](#)

ADME.RU

ТВОРЧЕСТВО ДИЗАЙН РЕКЛАМА  
[25 лучших статей AdMe.ru](#) (4)



[Авторизация](#)

Новость

Обзоры

Креатив

Вдохновение

Новости

Работай с удовольствием

Поиск по сайту



[В России](#) | [Фестивали](#) | [Реклама месяца](#) | [ТВ](#) | [Печатная](#) | [Наружная](#) | [Интернет](#) | [Социальная](#) | [Вирусная](#) | [Брендинг](#)  
[Реклама дня](#) | [Библия](#)



## Как компания «Четыре глаза» завоевывает рынок телескопов

16 июля 2012

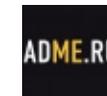
Like 3

Like 27

Tweet 0

### Телескоп – в массы!

Днем, вечером и даже ночью незнакомые друг другу люди останавливаются на улицах, их внимание что-то привлекает... Они собираются, что-то обсуждают и смотрят вдаль – туда, куда им никогда не добраться и от чего их отделяют миллиарды километров.



AdMe.ru on Facebook

Like

96,257 people like AdMe.ru.



Оксана Г. Анастаси: Дмитрий

Facebook social plugin

We're on VK

Креативная реклама

256,117 followers



Lyudmila



Yulia



Timofey

Follow on VK



**СЛОЖНО  
ПРОДВИГАТЬ САЙТ  
САМОСТОЯТЕЛЬНО?**

**Читайте AdMe где  
удобно:**

- [Виджет для Яндекса](#)
- [Twitter](#)
- [FaceBook](#)
- [VKонтакте](#)

Виновник тому – проект «Дни открытой астрономии» компании «Четыре глаза», которая придумала, как показать любому желающему то, что невозможно увидеть невооруженным взглядом. А заодно – привлечь внимание к астрономии. Что это за проект и зачем он нужен, рассказывает Андрей Густы, директор по рекламе и PR сети магазинов «Четыре глаза».

**Расскажите, в чем заключается проект «Дни открытой астрономии», в каких городах он проводится и как часто, сколько человек уже посетили мероприятия ДООА?**

В проекте ДООА все предельно просто: мы выставляем телескопы на улице в вечернее время и предлагаем всем желающим посмотреть на звезды. Смотрим

то, что доступно в городской среде: Луна, планеты Солнечной Системы, звездные скопления и туманности. У каждого телескопа дежурит астро-эксперт – опытный любитель астрономии, который помогает настроить телескоп на нужный объект и отвечает на вопросы. На мероприятия мы также приглашаем лекторов из Сколково и МГУ. Посетителей угощаем астро-сушками и очень вкусным астро-чаем, рецепт которого мы храним в секрете, и который можно попробовать только на ДОО.



Сейчас ДОО проводится в 12 городах: Москве, Санкт-Петербурге, Белгороде, Волгограде, Екатеринбурге, Зеленограде, Ижевске, Липецке, Перми, Тамбове,

ВКонтакте  
- Рассылка креатива:

подписаться

## Реклама дня



100 человек  
исполнили на улице  
"Оду к радости"

## Рекомендуем



Ульяновске и Челябинске. В последнее время мероприятие стало особенно масштабным. В Москве каждый раз приходит в среднем 1000-2000 человек. Наш максимум – 5.000 человек. В общей массе ДОА уже посетили около 80 тыс. человек.

**Какими были цели создания ДОА? Чего удалось, а чего – не удалось добиться?**

Первоначально целью проекта было привлечение бОльшего количества людей в магазин «Четыре глаза» на Нахимовском проспекте, тогда еще единственном в Москве. Когда компания стала расти и стала первой федеральной сетью оптической техники с 40 магазинами по всей стране – задачи стали более глобальными.



Сейчас мы ставим целью популяризацию астрономии среди жителей крупных



[Писательское мастерство](#)



[40 самых сильных фотографий века](#)



Кругом [вандалы какие-то](#)

городов. Помимо ДОА в городах, где представлена сеть «Четыре глаза», мы проводим занятия по астрономии в школах.

Среди задач проекта – увеличение числа любителей астрономии. В России рынок телескопов далеко не так хорошо развит, как, например, в США, где в каждой семье по правилам хорошего тона должен быть телескоп, а наблюдения звезд закрепились в сознании людей и как идеальное семейное мероприятие, и как романтическое времяпрепровождение для влюбленных. Мы начали проводить ДОА с целью создания культуры популярной астрономии. Нашей задачей было объяснить как можно большому количеству людей, что телескопы - это не страшно, не сложно и не дорого, а наоборот: весело, просто и весьма доступно.

С этой точки зрения мы достигаем своих целей. Популярность увлечения астрономией - налицо. Но это еще не все. Для нас, конечно, важно, чтобы у начинающих любителей астрономии вырабатывалась лояльность именно к магазину «Четыре глаза». Чем дальше, тем сложнее это делать, т.к. мероприятия стали масштабными - посетителей больше, охватить всех сложно, и конкуренты не спят. Но пока, кажется, справляемся.

**Мероприятия ДОА активно освещаются СМИ. На корпоративном сайте представлены публикации СМИ, блоггеров, видео сюжеты. Как вы привлекали внимание СМИ к мероприятию и добавилась его освещения? Скажите честно – деньги блогерам платили? ☺**

Многие публикации и упоминания в соц. сетях мы получаем бесплатно, если не учитывать расходы на оплату труда наших сотрудников, участвующих в ДОА. Люди приходят на мероприятия, наблюдают звезды – им это нравится и они охотно делятся впечатлениями в Интернете.



[Эволюция мозга](#)



[Удивительные библиотеки](#)



10 самых необычных магазинов



Советская реклама автомобилей



Естественно, что мы стремимся привлечь больше внимания к мероприятиям и рассылаем приглашения на ДОО известным блогерам, СМИ, обзваниваем и приглашаем на мероприятия журналистов. Не все приходят, но если человек оказался на ДОО и посмотрел на звезды – обычно обратная реакция следует. Если СМИ или блоггер написали о нас, мы это отслеживаем и приглашаем журналистов и блоггеров на следующие мероприятия. Сюжеты про ДОО были на основных телеканалах и в популярных печатных СМИ, например, про ДОО вышли сюжеты на «Первом канале», «России», «РЕН-ТВ», «ТНТ». Основные публикации

о мероприятии мы выкладываем на нашем сайте: <http://www.4glaza.ru/G-project/o-proekte/o-nas-govoryat-i-pishut/>

**Как повлияли мероприятия на продажи телескопов? И были ли какие-то попытки оценить эффективность затрат на ДОА с точки зрения повышения прибыли и других бизнес показателей?**

В момент проведения особых продаж нет, но это логично: люди пришли отдохнуть, посмотреть на звезды, приблизиться к вечному и прекрасному, а не делать покупки. Но мы не очень волнуемся по этому поводу – наши цели более глобальные.

Мы и не расцениваем эффективность ДОА с точки зрения мгновенного повышения продаж. С этой точки зрения мероприятие убыточно, т.к сразу не окупается. Иногда мы замечаем рост интереса к нашим магазинам, который совпадает с проведением мероприятия, но иногда – не замечаем ничего. В глобальном смысле влияние ДОА на продажи в принципе оценить крайне сложно - по большому счету это брендовая реклама, которая работает на карму и долгоиграющий эффект.

**Вы не боитесь, что, проводя ДОА и повышая интерес к астрономии в целом, вы будете повышать интерес и к продукции конкурентов?**

Конечно, мы понимаем, что невозможно сделать нашими покупателями всех любителей астрономии, которые приходят на ДОА. Кроме нас на рынке работает много компаний, и, безусловно, – рост интереса к астрономии приводит к росту продаж телескопов у всех игроков рынка, а не только у сети магазинов «Четыре глаза». Тем не менее, наша сеть – лидер рынка. В таком свете все возможные опасения теряют свою силу.

Как вы считаете, сколько времени проекты, подобные ДОА, могут быть интересны людям? Ведь человек устроен так, что ему постоянно хочется чего-то нового...



[Антиреклама](#)

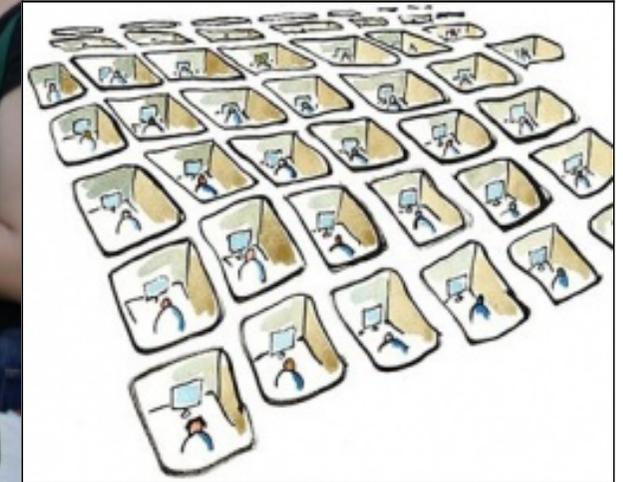


[Занимайтесь чтением!](#)





25 способов [быстро](#)  
[стать умнее](#)



23 причины [НЕ работать](#)  
в больших компаниях

Да, есть момент привыкаемости. Вызвано это в первую очередь тем, что в Москве можно увидеть ограниченное количество небесных объектов. Увидев их раз, второй, человек уже хочет большего. Он сам начинает увлекаться телескопами, возникает желание общаться с продвинутыми любителями астрономии, слушать экспертов по астрономии. Поэтому мы постоянно развиваемся. Мы уже год как внедрили лекции, о которых я рассказывал в начале. Организация с каждым разом становится все сложнее - постоянно добавляем что-нибудь новое. Сейчас, например, мы добавляем живую музыку. Так что с осени можно будет посмотреть на звезды под приятный аккомпанемент.

Думаю, чем дальше, тем больше такие мероприятия будут интересны. Россия во многом похожа на западные страны лет тридцать назад, и развитие происходит подобным образом, только намного быстрее. Это заметно в том числе и в



коммерческой астрономии. Поэтому могу смело утверждать, что мы даже еще не подошли к пику популярности – он далеко.

- Следите за обновлениями AdMe.ru в вашей социальной сети: [ВКонтакте](#) или [Facebook](#)



#### Ранее по теме:



[Антиреклама](#)



[Лучшие принты месяца](#)



20 вещей, которые [следует знать в 20 лет](#)



Адаптивный сайт — [очередной тренд?](#)



Почему работает [тупая реклама](#)



10 самых [необычных магазинов](#)

Темы: [Новость](#)

## Комментарии:



[Антон Качалов](#) 19 июля 2012 12:23

1

По-прежнему не могу нарадоваться>Note Соль. И название - хорошо, и результат действий - хорошо. Как всегда радуюсь продвижению астрономии в массы.

Летние лагеря не собираетесь устраивать? И со школами теснее сотрудничать. Мне кажется, это было бы ещё более эффективно.

В любом случае - удачи!

## [Ожившие фотографии](#)



Полные версии [пословиц](#) и [поговорок](#)



[Знакомые лица!](#)



[Ответить](#)



**Igor Tirsky**  19 июля 2012 12:32

Нет голосов

Да, "Нота Соль" - отличный проект, я туда часто пишу небольшие статьи по азам астрономии и истории астрономии, и также делаю переводы:). Летний лагерь... Но у "4 Глаза" же есть "Дни Открытой Астрономии" ( <http://www.4gla...> ) вполне и на них можно отдохнуть.

[Ответить](#)



**Andrasz** 19 июля 2012 15:41

Нет голосов

Антон, спасибо! Летние лагеря мы сами не проводим, но спонсируем один: лагерь космической подготовки для детей «Шумгам» ([http://vk.com/camp\\_shumgam](http://vk.com/camp_shumgam)). Со школами сотрудничаем ([www.4glaza.ru/G-project/deti](http://www.4glaza.ru/G-project/deti)). Замечу, что школы в регионах в подобных мероприятиях заинтересованы даже больше, чем столичные.

[Ответить](#)



**Igor Tirsky**  19 июля 2012 12:34

Нет голосов

Кстати, замечу, что сколько раз я ни был на ДОО, всегда приятно было увидеть старых друзей-астрономов:) и новые телескопы!

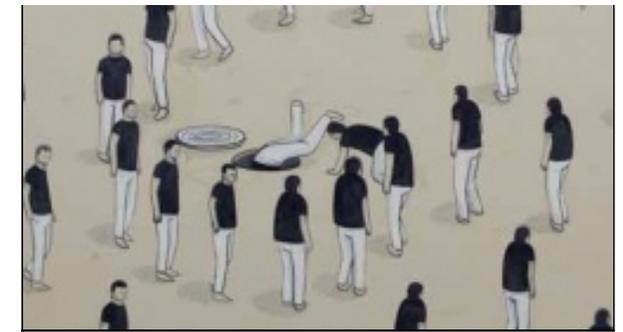
[Ответить](#)



**Liza Belka**  20 июля 2012 11:21

Нет голосов

Так много звездочетов разом! Очень романтично!



[Лучший стрит-арт мая](#)



Можно детям выдавать на время использования телескопа мантию в звездах и остроконечную шляпу!

[Ответить](#)

## **Написать комментарий**

### Медиа:

[ТВ-реклама](#)  
[Печатная реклама](#)  
[Наружная реклама](#)  
[Баннеры](#)  
[Календарь](#)  
[Упаковка](#)  
[Директ-маркетинг](#)  
[Интернет реклама](#)  
[Ambient](#)  
[Реклама на транспорте](#)  
[Реклама в кинотеатрах](#)

### Темы:

[Логотипы](#)  
[Слоганы](#)  
[Нейминг](#)  
[Анимация](#)  
[Брендинг](#)  
[Ребрендинг](#)  
[Case study](#)  
[Behind The Scene](#)  
[Рекламные фотографии](#)  
[Фирменный стиль](#)  
[Product placement](#)

### Формат:

[Социальная реклама](#)  
[Запрещенная реклама](#)  
[Скандалная реклама](#)  
[Интерактивная реклама](#)  
[Celebrity marketing](#)  
[Контекстная реклама](#)  
[Вирусная реклама](#)  
[Самореклама](#)  
[Мобильная реклама](#)  
[Политическая реклама](#)  
[Изобретения в рекламе](#)

### Авторское:

[Креативные обзоры](#)  
[Статьи](#)  
[Школа рекламиста](#)  
[Любимые ролики](#)  
[Рейтинг AdMe](#)  
[Художники и арт-проекты](#)  
[Авторские колонки](#)  
[Иллюстрация и фотография](#)  
[Таланты](#)  
[Придуманно](#)  
[Дизайн](#)

© 2003–2012

AdMe.ru

Редакция:

[news@adme.ru](mailto:news@adme.ru)

[Реклама на сайте](#)

[О проекте](#)

[Coloribus advertising archive](#)

Баннеры работают на технологии

[AdFox](#)

