

Я кампания

Выполнил: Аксенов П.
Проверил:
Половинкин И. С.

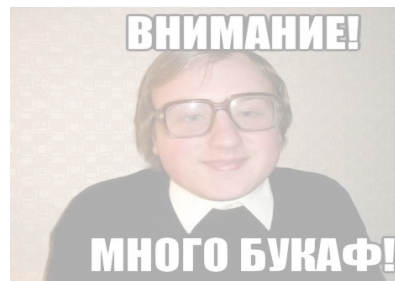


Рекламная кампания или как обратить **ВНИМАНИЕ** туда, куда нужно нам



Классификации рекламных кампаний

- ❖ По рынкам
 - ❖ По используемым рекламным носителям
 - ❖ По срокам
 - ❖ По целям
 - ❖ По территориальному охвату
 - ❖ По интенсивности воздействия
 - ❖ По целевой аудитории
- И т.д.



Этапы рекламной кампании

Ситуационный анализ



Стратегическое планирование



Разработка рекламной кампании



Реализация рекламной кампании



Анализ рекламной кампании



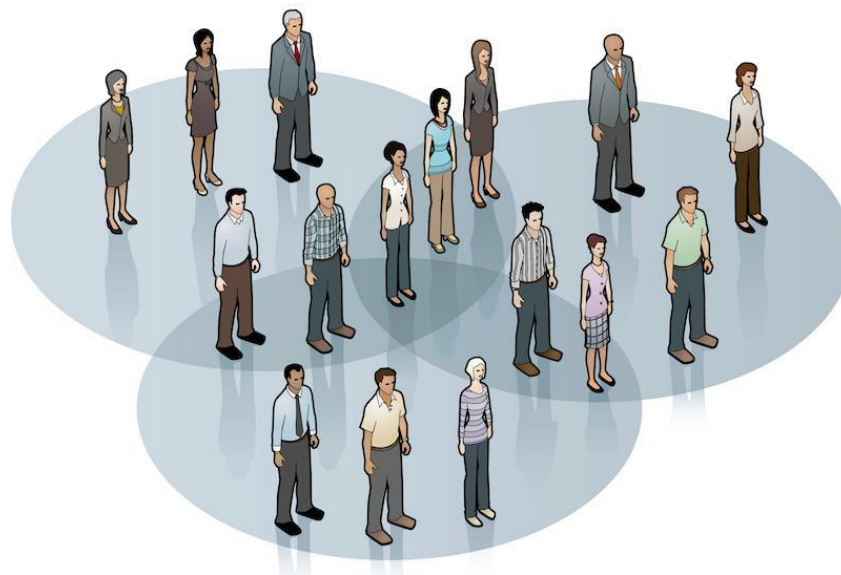
Коррекция рекламной кампании

Разработка рекламной кампании



Проведение
маркетинговых
исследований

Определение
целевой аудитории



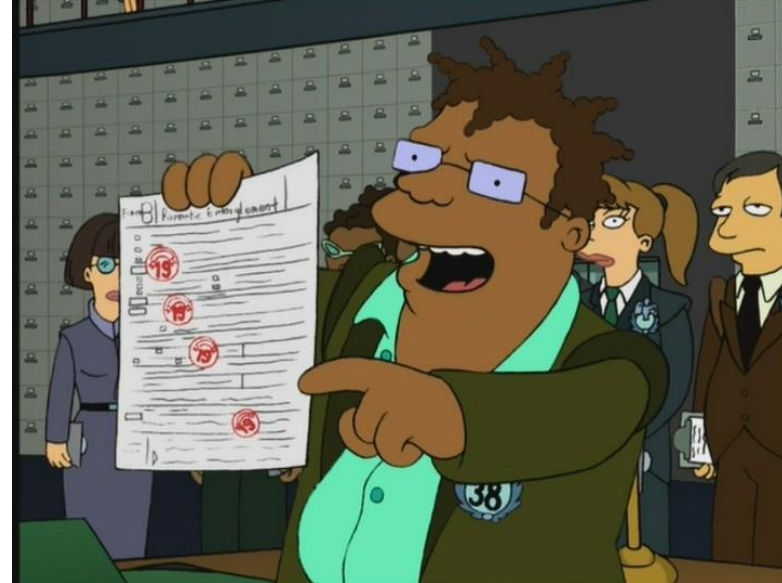
Определение цели
рекламной кампании



Разработать творческую стратегию



Выбрать средства, места и сроки распространения рекламы



Рассчитать смету затрат на рекламные мероприятия

Определить реальные размеры денежных средств



Разработать тексты



Оценить эффективность



Правила оценки эффективности рекламы

- Правило экономической эффективности- ROI (по рекламной кампании) = $(\text{Выручка (до)} * \text{Рентабельность} - \text{Выручка(после)} * \text{Рентабельность}) / \text{Рекламные расходы}$
- Правило точности и последовательности измерений
- Правило конвертации





- Правило «наилучший-наихудший»
- Правило честного анализа

Один из основных вопросов
рекламодателя: « Как это продать?»
Сокращенно- КЭП



Ответный же вопрос от потребителя
рекламы: «Как это купить?»
Сокращенно- КЭК



Спасибо
за
ВНИМАНИЕ
!

