



СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦИИ

Описание продукта

- история продукта
- на какой стадии роста находится бренд
- сезонность продаж
- преимущества перед конкурентами
- барьеры в потреблении у покупателей
- позиционирование и УТП

Целевая аудитория

- география, пол, возраст, образование, доход
- хобби, интересы, привычки
- инсайты
- отношение к продукту
- потребительские привычки: что влияет на покупку
- архетипы, близкие ЦА
- ядро ЦА, периферийная ЦА

Конкурентная среда

- какую коммуникационную платформу используют
- позиционирование и УТП
- какой креатив текущий
- рекламные бюджеты и сплит бюджета
- какие каналы для распространения рекламы используют
- плюсы и минусы текущей коммуникационной стратегии конкурентов и бренда

Предложение по брифу (креатив, стратегия)

- Описание концепций (от 3 до 5):
 - Основная идея (слоган) + мудборд или K-Visual
 - Концептуальная формулировка идеи
 - Связь с выводами о продукте (УТП, позиционирование, стадия развития продукта и т.д.)
 - Связь с выводами о ЦА (инсайты, преодоление барьеров, поведенческие привычки и т.д.)
 - - Связь с выводами о конкурентной среде (отстройка от конкурентов, позиционирование)

Медиапланирование

- Обоснование выбора каналов коммуникации (отталкиваться от продукта, креатива, ЦА, конкурентной среды и бюджета)
- МедиаМикс
- График размещения (флайты) и его обоснование (сезонность, пики рекламы, активность конкурентов, бюджет, цели и задачи рекламной кампании)

Digital продвижение

- ◎ SMM
- ◎ Сайт и лэндинг
- ◎ Медийная реклама
- ◎ Коллабарации

Маркетинговые мероприятия (немедийная реклама)

- Промо-акции
- Прямой маркетинг
- Специальные мероприятия

Прогноз эффективности рекламной кампании

- охват
- попадание в ЦА
- повышение узнаваемости (знания) марки
- повышение лояльности к бренду
- повышение потребления марки
- обсуждение и в инфополе (индекс цитирования)
- вовлечённость ЦА
- медийные показатели - СРС и СРР и др.
- переходы на сайт
- покупки