КОМПЛЕКС ТРАНЗИТНОЙ РЕКЛАМЫ

Зубаревой Марии
группа 43-Р

ОФИЦИАЛЬНЫЙ СПОНСОР

Hisense

UEFA EURO 2020

- 16-е первенство Европы по футболу, которое пройдёт летом 2020 года. Это будет второй Чемпионат Европы, в финальной части которого будут играть 24 сборные, и первый, который пройдёт не на территории одной либо двух граничащих друг с другом стран, а на 12 стадионах 12 городов 12 национальных ассоциаций УЕФА.

БРИФ

- **Background/История**
- На протяжении почти 50 лет компания **Hisense** занимается разработкой инновационных решений в области бытовой техники. Сегодня является брендом №1 в Китае, Австралии и ЮАР. С 1969 г. стремятся расширить границы инноваций, постоянно занимаясь исследованиями и разработкой новых технологий для бытовой техники. Основная цель: создание качественной, современной и недорогой продукции, которая делает жизнь покупателей лучше.
- Компания **Hisense** выступила официальным спонсором Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России для того, чтобы представить свою продукцию на мировом уровне. Являясь официальным поставщиком телевизоров, поддерживают одно из самых крупных и престижных спортивных мероприятий в мире.

Target Audience/ Целевая аудитория

Главной целевой аудиторией являются мужчины и женщины со среднем и высоким стабильным доходом. Ведущие активный образ жизни; работники офисов.

Студенты вузов в возрасте от 20 – 23 также являются целевой аудиторией компании Hisense в Японии.

Competitors Environment/ Конкурентное окружение

За последние шесть лет бренд Hisense в Японии преодолел высокую конкуренцию и продемонстрировал стремительный рост.

Основными конкурентами стали телевизоры моделей:

- LG 26LE5500
- Samsung QE55Q6FN
- SONY

Accepted Consumer Belief/ Устоявшиеся мнения потребителей

- За последние шесть лет бренд Hisense в Японии преодолел высокую конкуренцию и продемонстрировал стремительный рост. С января по июнь 2017 года, представительство в Японии показало рост 139% в штуках и 101% в денежном выражении

Positioning/ Позиционирование

- Hisense позиционирует себя, как «идеальное решение для вашего дома.»
- Как говорит официальным поставщик телевизоров для Чемпионата мира по футболу:

«Мы в компании Hisense верим, что все, что мы производим, должно делать вашу жизнь проще, лучше и интереснее.»

What is the Advertising Intended to Achieve?/

Что нужно достигнуть данной рекламой.

- Увеличить узнаваемость бренда Hisense
- Увеличить лояльность конечного покупателя к бренду
- Повлиять на принятие решения в пользу Hisense при выборе телевизора конечным покупателем.

The Single Minded Proposition/

Предложение, которое делается целевой группе

- Приобрести продукцию компании.
- Предоставляя высочайшее качество послепродажного обслуживания, соблюдая гарантийные обязательства.

Substantiation for the Proposition/

Доказательства, подтверждающие предложение

- Hisense выпускает новые телевизоры, чтобы болельщики, которые не смогут посетить Чемпионат мира по футболу, могли получить максимальное удовольствие от просмотра ЧМ2020 и почувствовать себя на стадионе и прикоснуться к этой атмосфере.

Style, Tone&Mood/

Тон рекламного обращения

- Сообщение о конкретном событии. Обращение представляет собой простое объявление – рубричная реклама.

Mandatore elements Budget/ Обязательные элементы	Restictions/ Ограничения	Media/ Каналы, СМИ
Логотип, слоган, логотип события.	Закон о рекламе.	Транзитная реклама: сити-формат, реклама на общественном транспорте.

adidas

#RUSNZL

Hisense
UEFA
EURO2020

СЛОГАН:

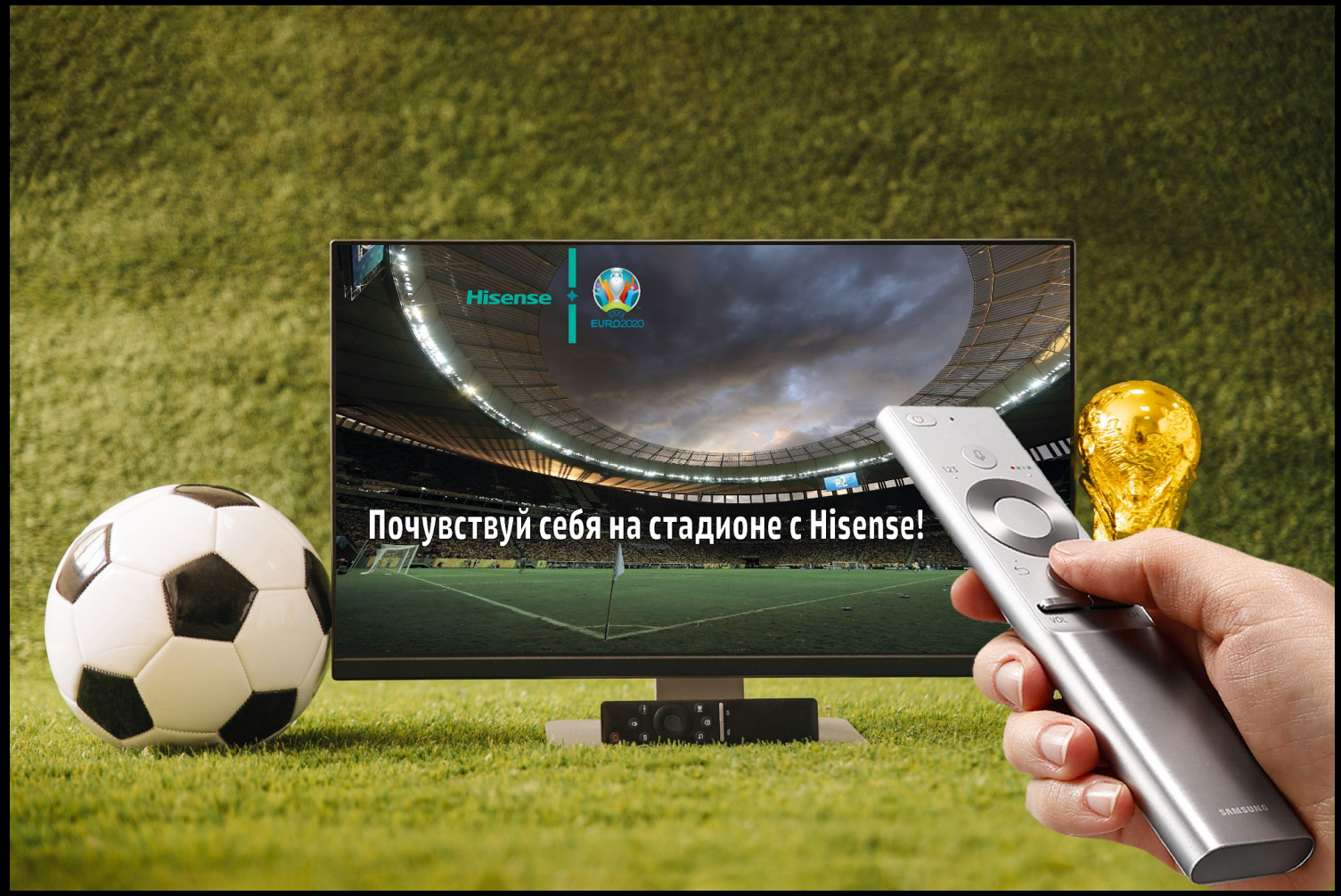
Почувствуй себя на стадионе с Hisense**!**

KEY VISUAL

+

=

РЕКЛАМА НА ОБЩЕСТВЕННОМ ТРАНСПОРТЕ



Hisense
Почувствуй себя на стадионе с Hisense!

СИТИ ФОРМАТ

EUROPE
Hisense
EURO2020
Почувствуй себя на стадионе с Hisense!