

****

|  |
| --- |
| **МЕДИЙНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ** |
| Компания |  |
| Категория |  |
| Бренд |  |
| Объект коммуникации |  |
| Основные характеристики бренда: позиционирование, особенности |  |
| Основные конкуренты |  |
| Региональность |  |
| Сроки рекламной кампании |  |
| Хронометраж ролика |  |
| Ценовое позиционирование бренда (и объекта коммуникации) |  |
| Позиции на рынке и основные маркетинговые показатели (Доля рынка, Уровень знания, Уровень использования, Уровень лояльности и др.) – опционально |  |
|  Целевая аудитория бренда (и объекта коммуникации): пол, возраст, доход, другие характеристики |  |
| Постановка задачи для бренда (или объекта коммуникации): бизнес-цели, маркетинговые задачи, источники бизнеса, период решения поставленных задач, особые условия |  |
| Предыдущая рекламная активность (если имеется) |  |
| Бюджет проекта и бюджетные ограничения |  |
| **КРЕАТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ** |
| Рациональные выгоды для потребителя |  |
| Эмоциональные выгоды для потребителя |  |
| Ценности бренда |  |
| Характер бренда |  |
| В связи с чем возникла необходимость в данной кампании |  |
| Коммуникационные задачи кампании |  |
| Инсайт потребителя |  |
| Основное сообщение коммуникации |  |
| Что потребитель должен почувствовать? |  |
| Что потребитель должен подумать? |  |
| Что потребитель должен захотеть сделать или сделать? |  |
| Каналы донесения коммуникации и особенности донесения сообщения по каждому из них, форматы |  |
| Тон и манера сообщения |  |
| Обязательные условия и требования |  |
| Ограничения и запреты |  |

****