



## РЕГЛАМЕНТ ПОДАЧИ ЗАЯВОК

Описание рекламной кампании:

**1. Компания – участник. Карточка компании**

**2. Предмет рекламы:**

- Название продукта, бренда
- Формат РК: Имиджевая, продуктовая
- Описание продукта и его продуктовые отличительные особенности по сравнению с конкурентами и преимущества приобретения

**3. Цели РК:**

- вывести товар на рынок или новые территории;
- проинформировать аудиторию о продукте;
- увеличить продажи;
- переключить внимание покупателя с одного товара на другой;
- сформировать положительный образ бренда в обществе;
- усилить узнаваемость марки;
- снизить негатив вокруг товара или компании;
- улучшить репутацию среди партнёров и конкурентов;
- напомнить аудитории о компании или товаре.

**4. Концепция РК** – Описать концепцию продукта, почему именно такой брендинг и визуал был выбран? Как концепция продукта отражает его качественные характеристики?

**5. Инструменты рекламной кампании** (*указать какие инструменты применялись, а также период их размещения и оставить комментарий*)

В интернете:

- Контекстная реклама
- Таргетированная реклама
- SMM.
- E-mail-маркетинг.
- SEO.
- Нативная реклама.
- Инфлюенс-маркетинг.
- Мобильные приложения.

- Сайт
- Лендинг
- Социальные сети (ВК, Телеграмм, Facedook, Инстаграмм)

Реклама на ТВ и радио (указать, какие каналы и радиостанции были выбраны, почему именно они, по возможности скинуть ссылку на видео или аудио)

Реклама в печатных изданиях, новостных сайтах онлайн и офлайн (указать источники-приложить изображения)

Наружная реклама (Почему принято размещение на том или ином направлении (регион, трасса, район города) или площадке)

Мерч продукта (какой именно был выбран, как распространялся, фото или референсы продукции)

#### **6. Целевая аудитория:**

- Портрет потенциального покупателя
- РК по выделенным потребностям (купить квартиру, съездить в отпуск)

#### **7. Бюджет кампании** (\* если информация открытая)

- Распределение бюджета по направлениям – почему было принято именно такое решение?

#### **8. Анализ конкурентов и проработка их в РК.**

Чем ваша РК лучше, чем у них?

#### **9. Период размещения Месяц/год- Месяц/год**

Начало РК на каждом из направлений и завершение.

#### **10. Территория охвата** (Город, регион, ФО)

- Какой инструмент РК был применен на каком охвате? И какие показатели (читаемость, узнаваемость, финансовая прибыль) были достигнуты?

#### **11. Показатели эффективности РК**

Какие цели были достигнуты для продукта в целом?

Указать, какое из направлений по вашей аналитике было наиболее эффективным.

*(при возможности анонса показателей\*)*

Показы

Охват

CTR — показатель кликабельности

CPL — цена за лид

ROAS — рентабельность инвестиций в рекламу

#### **12. Сайт продукта**

#### **13. Лендинг или посадочная страница**

#### **14. Ссылка на файлообменник с загруженными материалами:**

- Изображения, используемые в РК (Баннеры, брендовые иллюстрации, фото мерча, фото размещения на наружной рекламе и прочие референсы)
- Скриншоты размещения РК (в сети, на баннерах, в печатной продукции и т.д.)
- Презентация
- Видео- ролики
- PDF- файлы