

БРИФ НА МЕРЧАНДАЙЗИНГ

Заполните по возможности максимальное количество полей и вышлите на e-mail: info@nika.uz или по факсу: (998-71) 140-0020

Вид акции: **мерчандайзинг**

1. Вводная информация о рекламируемом объекте (Роб):

Заказчик _____

Область деятельности клиента _____

Рекламируемый объект _____

Основные функции рекламируемого объекта

Попутные функции рекламируемого объекта

2. Сезонность в продажах (зима, весна, лето, осень)

3. Стереотипное отношение к рекламируемому объекту:

Позитивное

Негативное

Нейтральное/безразличное

4. Позиционирование рекламируемого объекта (Информирование) – отметьте галочкой варианты.

- Сделать неизвестный Роб, известным
- Сформулировать оценку потенциальных клиентов по поводу Роб
- Привлечь внимание к Роб
- Повысить запоминаемость Роб
- Выделить Роб из других (сделать отличным от других)
- Переключить внимание с аналогичных объектов на Роб
- Подтвердить, поддержать сложившееся мнение о Роб
- Ознакомить потребителя с деталями ранее известного ему Роб

5. Целевая аудитория (общие характеристики):

Каналы сбыта

Мотивация целевой аудитории

Предложение, которое мы хотим сделать

Основная цель рекламной компании

6. Какого тона в Рекламной кампании мы должны придерживаться:

- Имиджевого
- Эмоционального
- Серьезного
- Юмористического

7. В рекламной кампании будет использоваться новая концепция, или продолжение старой:

8. Подробнее о предыдущей рекламной кампании (идеи, рекламоносители, бюджет) (если она использовалась):

9. Фирменные цвета, шрифт, слоган Роб: _____

10. Основные конкуренты:

Преимущества конкурентов _____

Ваши отличительные преимущества _____

Кого из конкурентов вы можете назвать лидером _____

11. Дополнения и примечания

12. Бюджет _____

13. Ограничения _____

14. Сроки предоставления предложения _____

15. Сроки объявления решения _____

ФИО ЗАКАЗЧИКА

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И ТЕЛЕФОН
