# Бриф на разработку рекламной кампании

**1. Общая информация**

|  |  |
| --- | --- |
| Название компании |   |
| Товар/услуга |   |
| Марка |   |
| История компании |   |
| Цели и задачи, которые ставятся перед РА |   |
| Сроки предоставления предложения  |   |
| Форма предоставления предложения |   |

**2. Информация о товаре/услуге**

|  |  |
| --- | --- |
| Как долго марка присутствует на рынке, история марки |   |
| Перечислите потребительские свойства (характеристики) рекламируемого товара/услуги |   |
| В чем конкурентные преимущества рекламируемого товара/услуги? Чем отличается от имеющихся на рынке других марок? Самые привлекательные свойства, достоинства |   |
| Почему покупатели выбирают именно ваш товар/услугу? |   |
| Оцените уровень качества: очень высокий; выше, чем у конкурентов; на уровне конкурентов; ниже, чем у конкурентов |   |
| Имеет ли потребление товара сезонный характер? Каковы сезонные колебания? |   |
| Доля на рынке товара/услуги |   |

**3. Каналы сбыта**

|  |  |
| --- | --- |
| Форма продажи (крупный, мелкий опт, розница) |   |
| Места продаж (оптовые рынки, магазины, супермаркеты и т.д.) |   |
| Каналы дистрибуции (структура, объем и регионы распространения товара) |   |
| Рыночная позиция (безусловный лидер по объему продаж; №2 на рынке; средняя по размерам фирма среди многочисленных конкурентов; специализация в узкой рыночной нише; новичок с небольшой долей рынка) |   |

**4. Цена**

|  |  |
| --- | --- |
| Розничная цена (ценовой сегмент) |   |
| Уровень цен на товар/услугу (очень высокий; выше, чем у конкурентов; на уровне конкурентов; ниже, чем у конкурентов) |   |

**5. Целевая аудитория**

|  |  |
| --- | --- |
| Корпоративные потребители (сфера бизнеса, форма собственности, численность работающих (от – до), другие важные признаки) |   |
| Частные лица:кто является потребителем и покупателем?Первичная и вторичная целевые аудитории (пол, возраст, образование, род занятий, место проживания, семейное положение, уровень дохода на одного члена семьи и др.) |   |
| Мотивы покупки (что в жизни покупателя вызывает необходимость воспользоваться вашим товаром/услугой) |   |
| Кто, когда и как принимает решение о покупке товара данной марки |   |
| Другие важные признаки |   |

**6. Информация о конкурентах**

|  |  |
| --- | --- |
| Основные конкуренты, конкурирующие марки, близкие по каким-либо из критериев (по качественным свойствам, цене, дизайну и т.д.) |   |
| Конкурент, представляющий наибольшую угрозу |   |
| Розничная цена (ценовой сегмент) товара/услуги конкурентов |   |
| Преимущества конкурентов (почему покупатель выбирает конкурирующие марки) |   |
| Ваше мнение по поводу рекламы конкурентов |   |
| Доля основных конкурентов на рынке |   |

**7. Информация о предыдущей рекламной деятельности (если велась)**

|  |  |
| --- | --- |
| Вид и сроки проводимых ранее мероприятий по продвижению марки (ТВ, пресса, радио, outdoor, PR, SP, DM и т.д.) |   |
| Размер рекламного бюджета предыдущих периодов, вес кампании |   |
| Позиционирование марки в ранее проводимых рекламных кампаниях |   |
| Смысл основного рекламного сообщения |   |
| Какие слоганы использовались в предыдущих РК? |   |
| Эффективность проведенных мероприятий, положительный опыт, ошибки |   |

**8. Информация, необходимая для проведения рекламной кампании**

|  |  |
| --- | --- |
| Маркетинговые цели (долгосрочные, краткосрочные) |   |
| Цели рекламной кампании (создание известности торговой марки, напоминающая рекламная кампания, формирование определенного отношения к марке и т.д.) |   |
| Предполагаемый рекламный бюджет и предпочтения в распределении бюджета по СМИ |   |
| Предполагаемые средства распространения рекламы (пожелания, если есть) |   |
| Сроки планируемой рекламной кампании или отдельных ее частей |    |
| Регионы проведения рекламной кампании |   |
| Позиционирование продукта |   |
| Смысл основного рекламного сообщения |   |
| Предложение, которое делается целевой группе |   |
| Характер бренда, тон рекламного сообщения |   |
| Наличие рекламных материалов (видеоролик, аудиоспот, рекламное изображение для наружной рекламы, готовые макеты в прессу, полиграфия и т.п.) |   |

**9. Дополнительная информация**

|  |  |
| --- | --- |
| Имеющиеся материалы ранее проводимых маркетинговых исследований |   |
| Другие важные моменты, не вошедшие в бриф |   |

**10. Контакты**

|  |  |
| --- | --- |
| ФИО директора |   |
| ФИО менеджера по рекламе или контактного лица |   |
| Почтовый адрес |   |
| Телефон, факс |   |
| E-mail |   |

Дата заполнения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись Заказчика \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись Исполнителя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_