|  |  |
| --- | --- |
| **1. Описание проекта и задачи студии** |  |
| **2. Описание продукта (услуги)** Товарныйассортимент*,* характеристикипродуктов*,* атрибуты*,* упаковка*,* технологияпроизводства*,* сезонность*,* ситуациипокупкиипотребления*,* ценовоепозиционированиеиценоваяполитика*,* дистрибуция*,* региональностьипроч*.* |  |
| **3. История бренда**Историябрендаиегопродвижениянарынке*,* содержаниепредыдущихрекламныхкампаний *(*ссылкинаресурсыилиприложения*),* награды*,* призы*,* экспертныеоценки*.* |  |
| **4. Конкуренты** Маркетинговаяирекламнаяинформацияопрямыхикосвенныхконкурентах*.* Ихстратегии*.* Основныеэлементыбренд*-*идентичности *(*позиционирование*,* сущностьбрендов*,* ценности*,* характерипроч*.).* Преимуществаинедостатки*.* Восприятиепотребителями*.* Рекламныематериалы *(*ссылкиилиприложения*).* |  |
| **5. Ситуация на рынке** Текущаяситуациянарынке*,* объёмипотенциалрынка*,* сегментация*,* какоеместозанимаетбрендиегоконкуренты*,* долирынка*,* динамика*,* сильныеислабыестороныконкурентов*,* сильныеислабыестороныпродукта*,* другиеактуальныезамечания |  |
| **6. Целевая группа** Ктоэтилюди*?* Каконивыглядят*?* Каковобытьтакими*,* какони*?* Какоеониимеютотношениектовару*/*услуге*/* предложению*,* котороемыхотимимпродать*?*Соц*-*дем*/* География*/* Стильжизни *(*общественныйкласс*,* образжизни*,* типличности*/* Ценности *(*поводдлясовершенияпокупки*,* искомыевыгоды*)/* Другое *(*статуспользователя*,* интенсивностьпотребления*,* степеньприверженности*,* отношениектовару*,* степеньготовностиквосприятиютовара*)* |  |
| **7. Существующий имидж бренда**Сложившеесяпредставлениеобрендевголовахпотребителей *(*пожалуйста*,* вэтойграфеневыдавайтежелаемоезадействительное*)* |  |
| **8. Основные элементы бренд-идентичности** Сутьбренда*,* егоценности*,* личность *(*характер*)* бренда*,* преимуществаипроч*.*Вэтойграфедолжныбытькакразжелаемыехарактеристики*.* |  |
| **9. Цели и задачи проекта** |  |
| **10. Ключевой инсайт**  Желаемая и неудовлетворенная потребность ЦА, которая может быть закрыта нашим продуктом |  |
| **11. Основное сообщение.**  Единственное. Желательно одна фраза. КакаяосновнаямысльдолжнабытьдонесенадоЦАврамкахтекущейРК*?* |  |
| **12. Аргументация**  ПочемуЦАможетверитьнашемусообщению*?* |  |
| **13. Тональность бренда** |  |
| **14. Обязательные элементы** |  |
| **15.Недопустимые элементы** |  |
| **16. Каналы распространения**  ВкакихСМИ или других медийных каналахдолжнопоявитьсянашесообщение*?* Каковадлительность */* форматсообщения*?* |  |
| **17. Бюджет на производство** |  |
| **18 . Дополнительно** |  |