

BRIEF MEDIOWY

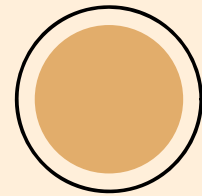
by Anastasiia Kravchenko 2GR



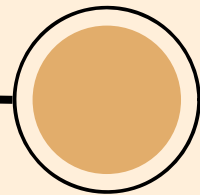
BRIEF MEDIOWY

- jest pisany przez klienta dla domu mediowego
- określa oczekiwania klienta w stosunku:
 1. do efektywności
 2. sposobów dotarcia reklamy
 3. kontekst w jakim będzie działać reklama
- jest wskazówką dla domu mediowego

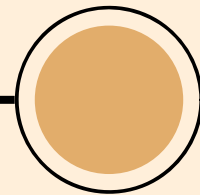
STRUKTURA BRIEFU MEDIOWEGO



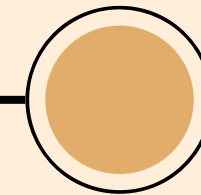
informacje wstępne
dotyczące np. sytuacji rynkowej, konkurencji



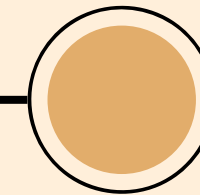
cel kampanii
(Dlaczego robimy kampanie? Co ma dać nam reklama?)



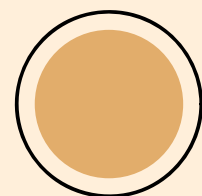
określenie grupy docelowej - kluczowy element



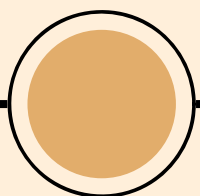
krótki opis reklamy - główny komunikat



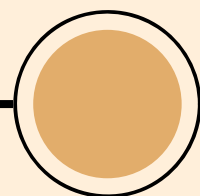
wydarzenia, z którymi ma być powiązana kampania, np. wprowadzania produktu



wymagania dotyczące zamieszczenia reklamy



budżet



harmonogram

CO POWINIEN ZAWIERAĆ RAPORT KAMPAanii?

- harmonogram emisji
- rozkład oglądnosci
- całkowity zasięg kampanii w grupie docelowej
- rozkład zasięgu efektywnego
- średni koszt zakupu jednego punktu GRP
- jakościową ocenę kampanii dokonaną przez dom mediowy



**DZIEKUJĘ
ZA
OGLĄDANIE!**