

# Планирование и организация рекламной кампании

# Основные элементы рекламной стратегии

1. Определение целевой аудитории.
2. Разработка творческой рекламной стратегии и поиск идеи рекламы.
3. Формирование каналов рекламных коммуникаций, выбор средств распространения рекламы.
4. Определение рекламного бюджета.

По объекту рекламирования можно выделить кампании: рекламы товаров и услуг; рекламы предприятий, фирм.

В зависимости от цели рекламные кампании подразделяются на кампании, имеющие коммуникативные (информирующие, убеждающие, напоминающие), имиджевые (создающие, исправляющие или поддерживающие имидж товара, фирмы) и поведенческие цели (способствующие определенным действиям потребителей).

По продолжительности проведения рекламные кампании могут быть: краткосрочными (до одного месяца); средней продолжительности (от одного до шести месяцев); долгосрочными (более шести месяцев).

# Подготовка и проведение рекламной кампании

1. Определение объекта рекламирования, проведение рекламно-маркетинговых исследований.
2. Формулирование цели рекламной кампании.
3. Определение бюджета рекламной кампании.
4. Определение творческой рекламной стратегии и идеи рекламы.
5. Тестирование рекламных обращений.
6. Производство рекламоносителей.
7. Медиапланирование.
8. Составление сметы расходов на рекламу
9. Закупка места и времени в средствах распространения рекламы, размещение рекламы.
10. Организация и проведение рекламных мероприятий.
11. Подведение итогов рекламной кампании.

# Доли медиа в рекламных бюджетах

## 2014



## 2017

