

BASIC

1) Маркетинговые исследования:

1.1 Рынка:

- *какая ЦА использует эти услуги;
- *ценовая политика этих услуг на рынке;

1.2 Мониторинг конкурентов

- *какие виды рекламы они используют;

1.3 SWOT-анализ компании (сильные, слабые стороны, возможности, угрозы);

2) Маркетинговый аудит:

2.1 Анализ эффективности рекламы и способ продвижения продукции:

- *отбор максимально подходящих видов и средств рекламы;
- *выяснение максимально предпочтительной последовательности использования разных рекламных средств;

3) Маркетинговая стратегия:

- 3.1 Определение главных целей на период 3 мес;
- 3.2 Один вариант продвижения с прописанным бюджетом.

4) Медиапланирование (календарь проведения рекламных компаний);

700 уе = 10 дней

STANDART

1) Маркетинговые исследования:

1.1 Рынка:

- *насколько востребованы эти услуги;
- *какая ЦА использует эти услуги;
- *ценовая политика этих услуг на рынке;

1.2 Мониторинг конкурентов

- *какие виды рекламы они используют;

1.3 SWOT-анализ компании (сильные, слабые стороны, возможности, угрозы);

2) Маркетинговый аудит:

2.1 Анализ эффективности рекламы и способ продвижения продукции:

- *отбор максимально подходящих видов и средств рекламы;
- *выяснение максимально предпочтительной последовательности использования разных рекламных средств;

2.2 Экспресс-анализ проблемных мест в маркетинговой политике компании:

*соответствие проведенных рекламных компаний к ЦА;

3) Маркетинговая стратегия:

3.1 Определение главных целей на период 6 мес;

3.2 Описание 1 доступного рекламного маневра (ранее выбранного из вариантов):

* ситуативный маркетинг;

* креативный вирусный ролик;

* нестандартные виды наружной рекламы;

3.3 Два варианта продвижения с различными бюджетами.

4) Медиапланирование (календарь проведения рекламных компаний).

1100 уе - 15 дней

PREMIUM

1) Маркетинговые исследования:

1.1 Рынка:

* насколько востребованы эти услуги;

* какая ЦА использует эти услуги;

* изучение поведения и ожиданий ЦА;

* ценовая политика этих услуг на рынке;

1.2 Мониторинг конкурентов

* какие виды рекламы они используют;

* маркетинговый анализ ценовых позиций соперников, а также нынешней ценовой структуры в отрасли;

1.3 SWOT-анализ компании (сильные, слабые стороны, возможности, угрозы);

1.4 Поиск инсайтов;

2) Маркетинговый аудит:

2.1 Анализ эффективности рекламы и способ продвижения продукции:

* отбор максимально подходящих видов и средств рекламы;

* выяснение максимально предпочтительной последовательности использования разных рекламных средств;

* оценивание продолжительности влияния на клиента;

* экспресс анализ indoor outdoor рекламы (indoor, outdoor, СМИ, соц сети, сайты);

2.2 Поиск проблемных мест в маркетинговой политике компании:

* соответствие проведенной рекламных компаний к ЦА;

3) Маркетинговая стратегия:

3.1 Определение главных целей на период 1 год;

3.2 Описание 3 доступных рекламных маневров (ранее выбранного из вариантов):

* ситуативный маркетинг;

* креативный вирусный ролик;

* нестандартные виды наружной рекламы;

3.3 Анализ PR-инструментов:

* участие в соц проектах, партнерство, спонсорство, блогерство, тематические сообщества, инфоплощадки;

3.4 Три варианта продвижения с различными бюджетами.

4) Создание и внедрение креативов в рекламную компанию;

5) Медиапланирование (календарь проведения рекламных компаний).

1500 уе - 20 дней