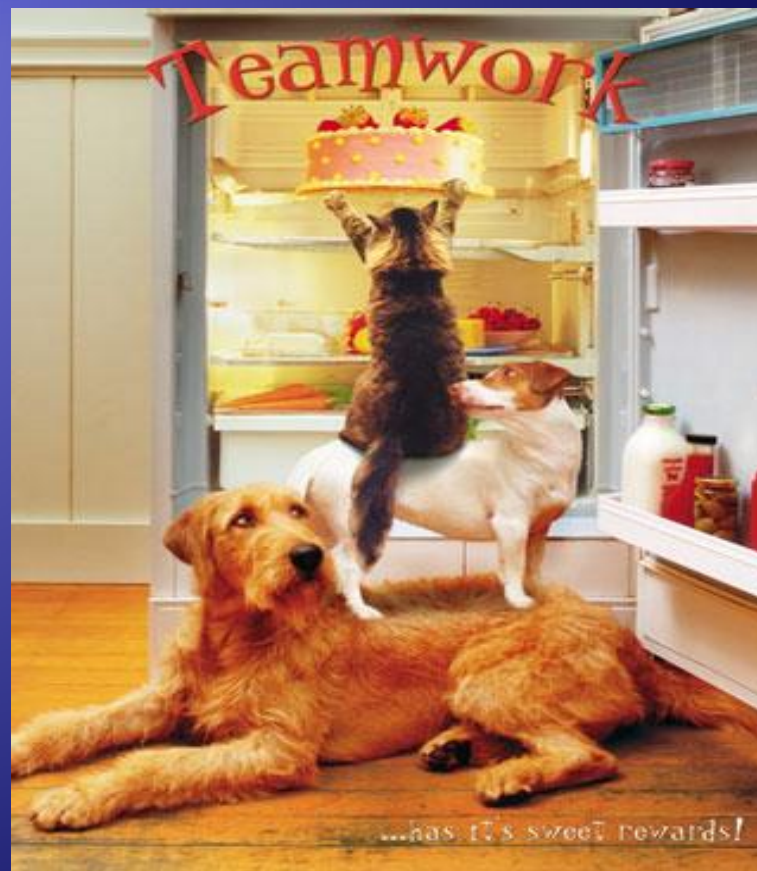


Презентация на група 3

- ◆ Кампания за позициониране на нова марка за мъжко бельо



ОТГОВОРНОСТИ



Цели на кампанията:

- ◆ Представяне на марката
- ◆ Популяризиране
- ◆ Привличане на внимание
- ◆ Предизвикване на положителни емоции



Таргет група:

- ◆ Мъже 25-35 г.
- ◆ Активни
- ◆ Доходи средни и над средните
- ◆ Големи надове



Рекламна кампания



- ◆ “Да им скрием топките”
- ◆ Футболно дерби
- ◆ Победа
- ◆ Радост – емоция
- ◆ Бельото - Опаковката на победата



Точки на влияние

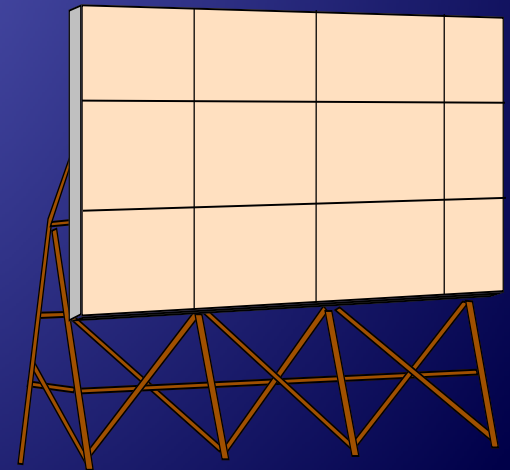
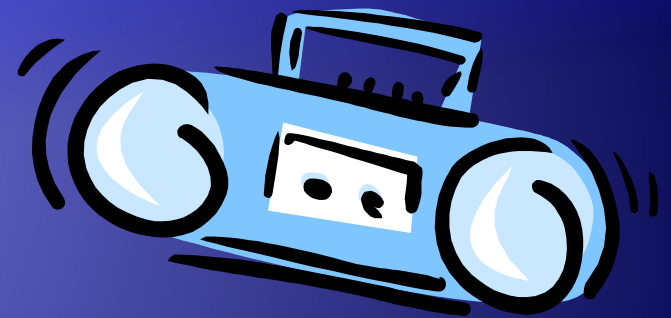


Рекламен бюджет

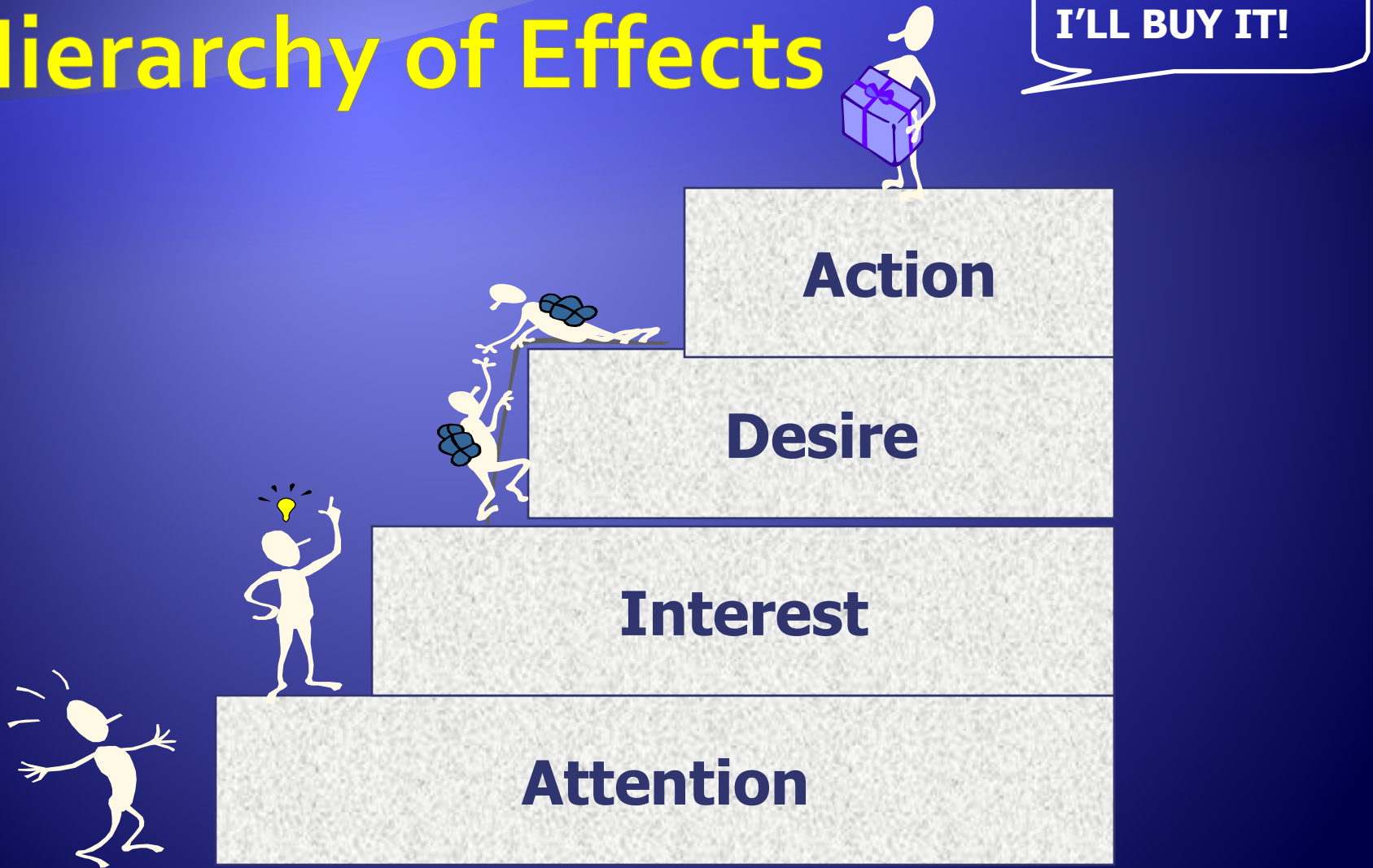


Рекламни канали

- ◆ ТВ
- ◆ Печатни медии
- ◆ Електронни медии
- ◆ Външна реклама - билбордове

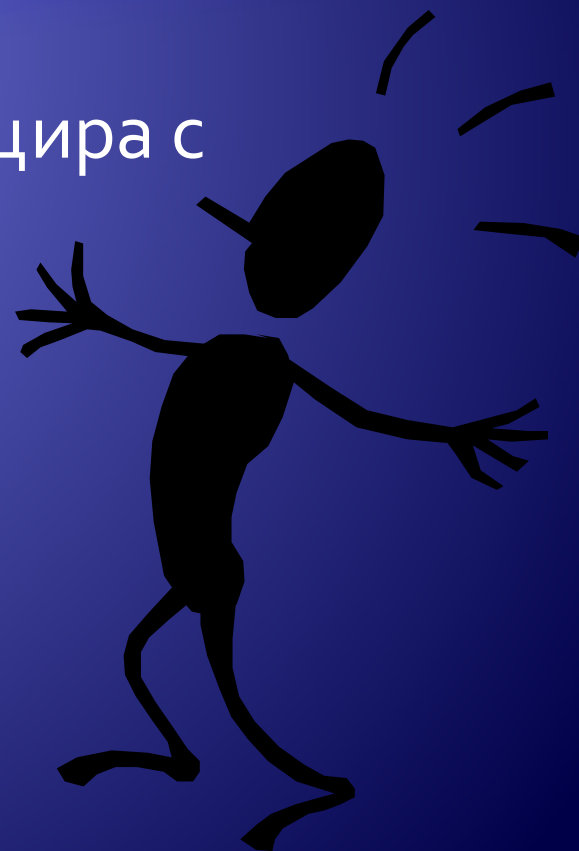


Hierarchy of Effects



Очакван психологически ефект

- ◆ Потребителят да се идентифицира с победителя
- ◆ Носи самочувствие
- ◆ Усещане за комфорт



ВЪПРОСИ ?



◆ **БЛАГОДАРЯ ЗА
ВНИМАНИЕТО !**

