

Тема 6. Планування рекламної діяльності

План заняття:

1. Сутність і цілі планування рекламної діяльності.
2. Фактори, що визначають рекламну діяльність.
3. Види рекламних кампаній.
4. Основні етапи планування рекламної діяльності.
5. Розробка рекламної стратегії.
6. Планування бюджету рекламної діяльності.
7. Медіапланування.

Питання для обговорення:

1. Що таке планування рекламної діяльності та яке місце воно займає в системі маркетингового менеджменту?
 2. Які етапи процесу планування рекламної кампанії (аналіз ситуації, постановка цілей, визначення стратегії, вибір засобів, бюджетування, контроль)?
 3. Як формулюються цілі рекламної діяльності та які вимоги до них висувають (SMART-критерії)?
 4. Які чинники впливають на вибір цільової аудиторії під час планування реклами?
 5. У чому полягає стратегічне та тактичне планування реклами, і чим вони відрізняються?
 6. Як обираються канали поширення рекламного повідомлення та визначається медіастратегія?
 7. Які методи планування рекламного бюджету найчастіше застосовуються (метод фіксованого відсотка, паритету з конкурентами, цільовий метод тощо)?
 8. Як забезпечується узгодженість рекламного плану з загальною маркетинговою стратегією підприємства?
 9. Які показники ефективності рекламного плану доцільно використовувати для контролю результатів?
- Яке значення мають цифрові технології та аналітичні інструменти у сучасному плануванні рекламної діяльності?

Завдання для вирішення:

Завдання 1. Страхова компанія “Гарантія” працює на ринку України вже 10 років, має регіональних представників майже у всіх великих містах України та головне відділення у Києві. Репутація страхової компанії хороша, є достатньо клієнтів, але за останній рік приток клієнтів зменшився дуже сильно. Тому, страхова компанія хоче розпочати велику рекламну кампанію, розраховану на 2-3 роки. Розробіть для компанії стратегічний і тактичний план проведення рекламної кампанії.

Завдання 2. У новому магазині домашнього одягу покупці практично відсутні. На місцевому ринку досить широко представлений асортимент одягу для дому. В основному продаж такої групи товарів здійснюється в відділах при великих супермаркетах. Сильні сторони магазину, що відкрився - вузька спеціалізація, широкий асортимент, можливість роботи на

замовлення, розташування в центрі міста. Слабка риса - практично ніхто не знає, де знаходиться магазин. Проаналізуйте вихідну інформацію. Складіть план рекламної кампанії магазину, враховуючи скромний рекламний бюджет.

Завдання 3. Складіть план рекламної кампанії з просування лінії засобів по догляду за волоссям «Зелена лінія». До каналів реклами слід включити радіо, телебачення, Інтернет, зовнішню рекламу. Рекламна кампанія - регіональна, термін проведення - 4 місяці, основні цілі: сформувати знання марки, зайняти на ринку частку не менше 4% за рік.

Завдання 4. Компанія «UkrCraft» (виробник українських сувенірів) планує вийти на європейський ринок Etsy і Amazon. Сформулюйте SMART-цілі рекламної кампанії. Обґрунтуйте, як планування допомагає уникнути хаотичних витрат на рекламу.

Завдання 5. Вам доручено спланувати рекламну діяльність місцевого музею космонавтики, щоб залучити відвідувачів і туристів. Розпишіть етапи планування: аналіз ринку; визначення цільової аудиторії; постановка цілей; вибір медіа; розробка повідомлення; бюджетування; оцінка ефективності.

Для кожного етапу наведіть конкретні приклади дій. Створіть візуальний таймлайн рекламної кампанії.

Завдання 6. Рекламний відділ отримав бюджет у 100 000 грн на 3 місяці. Розподіліть кошти за основними статтями витрат: створення реклами (креатив, дизайн, відео), розміщення (медіа, соцмережі), дослідження ефективності, непередбачені витрати.