

Медиапланирование: стратегическое и тактическое, его инструменты.

Выполнила: Межиба Дарья

36M142

Определение медиапланирования

- Медиапланирование (media planning) – планирование процесса рекламирования товаров и услуг, посредством транслирования рекламно-информационных сообщений через медиа-носители.



Основные задачи медиапланирования

- донесение рекламного сообщения до максимального числа потенциальных покупателей;
- с минимальными затратами;
- в течение заданного времени;
- определенное число раз для достижения целей рекламной кампании.



Стратегическое медиапланирование

- Цели стратегического медиапланирования: охватывает цели, достижение которых предусматривается в планируемом достаточно длительном отрезке времени
- Период охвата: долгосрочный.
- Время действия: 3-5 лет.

При разработке стратегии медиапланирования должны быть учтены следующие параметры:

- цели компании;
- характеристики товара;
- целевая аудитория;
- каналы распределения;
- ресурсы компании;
- рентабельность;
- интегрированные маркетинговые коммуникации.



Тактическое медиапланирование

- Задача тактического медиапланирования состоит в определении приоритетного использования тех или иных средств массовой информации с точки зрения экономической эффективности.
- Период охвата: среднесрочный, краткосрочный
- Время действия: 1-3 года

Разработка тактического плана

- оценка средств массовой информации;
- отбор средств массовой информации;
- определение бюджета, выделяемого для работы со средствами массовой информации.



Спасибо за внимание