

# КОТИКИ представляют



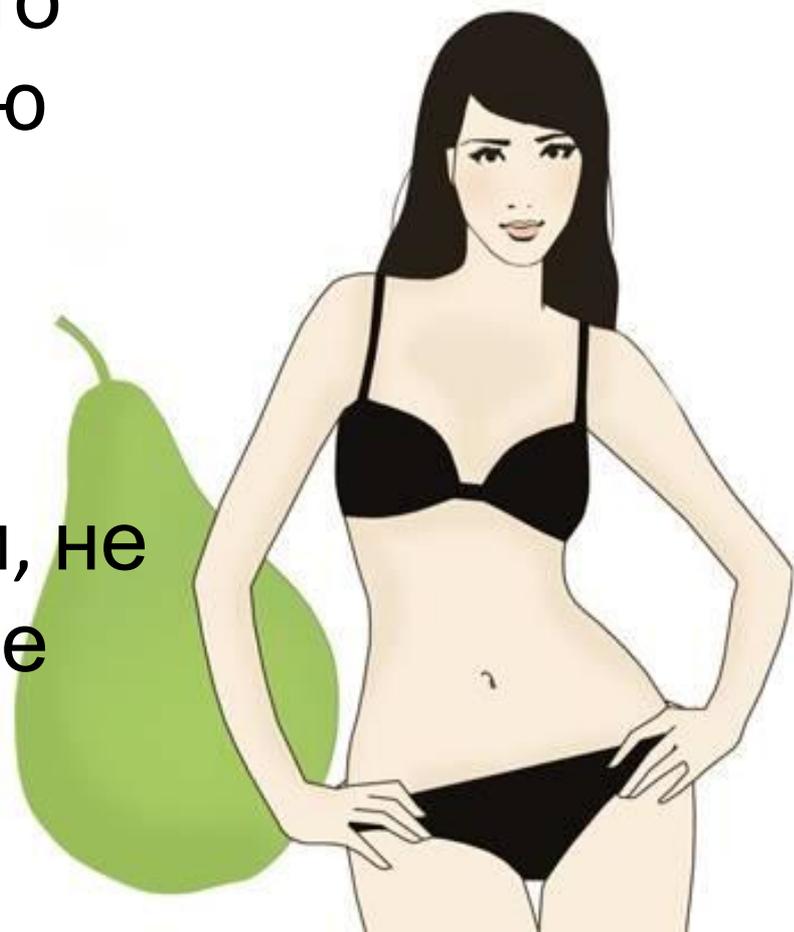
# Позиционирование

- Йогурт, который можно есть после 18.00 и не поправиться.



# Целевая аудитория

- Женщины, которые не едят после 6, потому что боятся испортить свою фигуру.
- **Выгода:** Этот йогурт можно есть по вечерам, не причиняя ущерб фигуре



## **Миссия бренда.**

Возможность есть сладкий йогурт после 6 вечера и не поправляться!

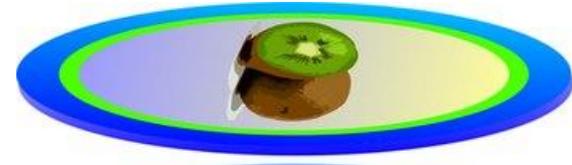
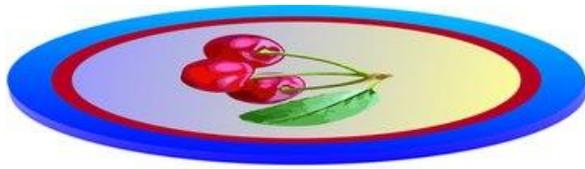
## **Обещание бренда.**

Ешь после 6 и не чувствуй вины

## **Основные отличия бренда от конкурентов.**

Одобен диетологами, идеально подходит для употребления по вечерам

# Упаковка



Рекламная кампания.

# Цель

- Вывод на рынок торговой марки с трансляцией позиционирования.

# Сроки

Рекламная кампания  
продолжительностью 3 месяца.

- Апрель
- Май
- Июнь

# Выбор средств распространения рекламы

Основные медиа-каналы:

- Реклама на телевидении – самая запоминающаяся реклама с максимальным охватом целевой аудитории.
- Наружная стационарная реклама. Одна из наиболее впечатляющих и привлекающих внимание реклам.

# Вспомогательные медиа- средства:

- PR(информационные пиар статьи в журналах,на тему «Люди, которые едят вредную пищу после 18.00, получают смертельный риск от ожирения.»
- Сэмплинг в ТЦ
- Реклама в транспорте – крупная и цветная, которую трудно не заметить. Наилучшее напоминающее средство и сравнительно дешёвое средство.
- Печатная реклама – газеты, журналы – высокий охват аудитории, высокое доверие этим СМИ, возможность отбора целевой аудитории по тематикам газет и журналов. Глянцевые страницы журналов в цвете занятые рекламой стоят на втором месте по запоминаемости и впечатляемости.

# Реклама на ТВ

- Запуск с 1 апреля

# Сценарий 1

- Сценарий ролика-Место съемок: Действие проходит в квартире. За окном вечер.
- Сцена1: Молодая девушка, смотрит на часы(настенные), на них показано 18.30!Все ее действия демонстрируют, что она голодна (поглаживает рукою по животу)
- Сцена2: Героиня открывает холодильник.Крупным планом камера показывает ее удивление.
- Сцена3: Внутри холодильника происходит битва между оживленным персонажем Йогуртом «Вечерний» (его показывают крупным планом) и ход-догомом в боксерских перчатках.
- Сцена4: Йогурт «Вечерний» побеждает ударом хот-дог!
- Сцена 5: Героиня ест (крупным планом )Йогурт «Вечерний» с наслаждением.
- Сцена 6: Заставка (крупный план) Йогурт «Вечерний» (показана баночка йогурта). Голос за кадром:»Ешь после шести и не поправляйся! Одобрено диетологами вечером!»

# Сценарий 2

- Транслируется во время рекламной паузы во время вечернего сериала:
- Сцена 1. комната, показывают телевизор. Голос диктора из телевизора: «А теперь рекламная пауза». Камера на девушку. Девушка сидит на диване с пультом. Голос диктора за кадром: думаешь о том, чем бы перекусить?
- Сцена2:Крупным планом лицо девушки, которая подносит палец к губам. Над головой у нее два анимационных облачка. В одном из них оживленный персонаж куриная ножка, во втором йогурт «Вечерний». Курица набрасывается на йогурт, между ними начинается драка. Йогурт наносит победный удар. Курица исчезает.
- Сцена3:Йогурт появляется в руках девушки. Девушка берет ложку с йогуртом в рот, облизывает ее и улыбается в камеру.
- Сцена4:Крупным планом заставка Йогурт «Вечерний» баночка. Женский голос за кадром: Ешь после 6 и не поправляйся!.

# Сценарий 3

- Описание места съемок: Вечер. Улица парка. Героиня: девушка-офисный работник.
- Сцена1: Девушка идет по дороге парка. Смотрит на часы (наручные), на них изображено 18.30. Она демонстрирует чувство голода, поглаживая рукой по животу.
- Сцена2: Над головой у нее появляются два анимационных облачка. В одном из них оживленный персонаж гамбургер с пистолетом, во втором йогурт «Вечерний» так же с пистолетом. Между ними идет дуэль. Посередине облачков вопросительный знак. Йогурт наносит победный выстрел. Гамбургер исчезает.
- Сцена3: Йогурт появляется в руках девушки. Девушка берет ложку с йогуртом в рот, облизывает ее и улыбается в камеру.
- Сцена4: Крупным планом заставка Йогурт «Вечерний» баночка. Женский голос за кадром: Ешь после 6 и не поправляйся!.

# Наружная реклама



# СЭМПЛИНГ:

- Бесплатные дегустации различных вкусов продукта йогурта «Вечерний» в пунктах продажи молочной продукции, с бесплатной раздачей рекламных буклетов которые содержат советы по правильному питанию от йогурта «Вечерний». Проводится в крупных городах РФ.
- Эффект от этого мероприятия заключается в том, что человек попробовавший продукт «Вечерний», получает бесплатно рекламный буклет с полезной для него информацией.- возможные варианты питания (план диеты) для людей ведущих здоровый образ жизни. В рекламном буклете описывается преимущества продукта, его полезные свойства. При этом затраты на распространение информации минимальные .

# PR

Запуск информационных статей на тему:  
«люди, которые едят жирную пищу после  
18.00, чаще умирают от ожирения.

Комментарии главного диетолога  
Новосибирской области.

Диетологи настоятельно рекомендуют  
после 18.00 есть йогурты, особенно  
хороший йогурт «Вечерний».

# Промо-сэмплинг «Бой»

- *Эффект от этого мероприятия заключается в том, что человек попробовавший продукт «Вечерний», получает бесплатно рекламный буклет с полезной для него информацией.- возможные варианты питания (план диеты) для людей ведущих здоровый образ жизни. В рекламном буклете описывается преимущества продукта, его полезные свойства. При этом затраты на распространение информации минимальные*
- **На площади Ленина установить ринг и весит интерактивный аттракцион «жирная курица», и мы привлекаем людей переодеваем в ростовую куклу в виде йогурта «вечерний» и предлагаем победить курицу за приз наш «йогурт вечерний»**

# Котики молодцыыыы!

