

Выполнили:

**Кирена
Кошелева**

**Дарья
Маланич**

Рекламный продукт

+

+

**ОХОТНИЧЬЯ
БЕРЛОГА**



+

02



ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ

02

02



- **Дополнительные каналы распространения не рассматриваются, т.к объемы производства ограничены**
- **Повысить мотивацию аудитории к использованию Telegram-канала**
- **Облегчить поиск информации для потребителя**
- **Удержать аудиторию, без привлечения новых покупателей**
- **Логотип должен быть выполнен в стиле минимализма, хорошо считываться покупателем, без шокирующего контента**
- **Канал продвижения – Telegram**

+

ПОЖЕЛАНИЯ ЗАКАЗЧИКА

- + 1** **Объемы производства ограничены**
- + 2** **Отсутствие конкурентов из-за специфичности товара**
- + 3** **Аудитория лояльна к бренду**

04 ОСОБЕННОСТИ БРЕНДА



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

05

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКТОР

- Основная локация – Киров
- Близлежащие города – Нововятск, Кирово-Чепецк, Радужный, Коминтерн, Вахруши, Котельнич
- Дополнительные города – Слободской, Юрья

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКТОР

- Женщины – 80%; мужчины – 20%
- От 40 до 70 лет
- Замужем/женаты, есть дети

+

05

ПРОФИЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



**Светлана Жужгина,
50 лет**

- **постоянный клиент**
- **работает главным бухгалтером**
- **доход – 80 тыс руб. в месяц**
- **по выходным устраивает семейные ужины (от пяти человек). Для этого делает покупки заготовок каждую неделю. Ей нравится соотношение цены и качества продукции**
- **следит за TG-каналом, чтобы узнать о новых поставках товара**





**Альберт Сотиков,
40 лет**

- **постоянный клиент**
- **работает инженером-конструктором**
- **доход – 70 тыс руб. в месяц**
- **имеет пристрастие к кулинарному делу. Любит экспериментировать с ингредиентами и открывать новые вкусы**
- **обращается к покупке товара 1-2 раза в месяц**
- **следит за TG-каналом для поиска новых рецептов**



**Нина Тарасова,
70 лет**

- **ПОСТОЯННЫЙ КЛИЕНТ**
- **ПЕНСИОНЕРКА**
- **ПЕНСИЯ – 20 ТЫС РУБ. В МЕСЯЦ**
- **ЛЮБИТ ИЗУЧАТЬ НОВЫЕ КУЛИНАРНЫЕ РЕЦЕПТЫ**
- **ПОКУПАЕТ ТОВАРЫ ОПТОМ, ПОЭТОМУ ЦЕНИТ ДЛИТЕЛЬНЫЙ СРОК ХРАНЕНИЯ ПРОДУКТА**
- **НЕ ИМЕЕТ ВОЗМОЖНОСТИ САМОСТОЯТЕЛЬНО ЗАБИРАТЬ ТОВАР, ПОЭТОМУ ДЛЯ НЕЕ ВАЖНО ВАЖНО НАЛИЧИЕ ДОСТАВКИ**
- **УСТРАИВАЕТ СООТНОШЕНИЕ ЦЕНЫ И КАЧЕСТВА**

МЕДИЙНАЯ СТРАТЕГИЯ

создание ТС-канала

МЕДИЙНАЯ СТРАТЕГИЯ

создание ТС-канала

КРЕАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ

родовая

МЕДИЙНАЯ СТРАТЕГИЯ

создание ТВ-канала

КРЕАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ

розовая

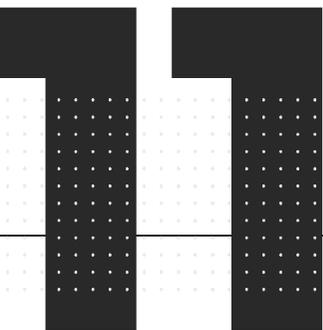
РЕКЛАМА

используется печатная реклама в
виде визиток с рецептами

+ 1 Рецепты (2 раза в неделю)

+ 2 Сообщения о поступлении товара

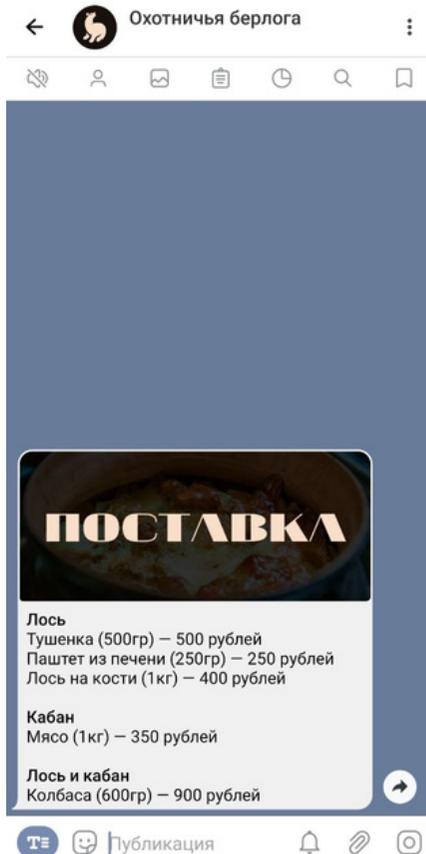
+ 3 Сообщения о наличии товара



**КОНТЕНТ
TG-КАНАЛА**



Примеры постов



13 +

ЛОГОТИП



Варианты логотипа



15+

ВИЗИТКА



ОХОТНИЧЬЯ БЕРЛОГА



Горшочки с тушенкой в духовке

СТАДИ ПРИГОТОВЛЕНИЯ

- нарезаем овощи кубиком
- засыпаем в горшочек первую часть овощей
- сверху выкладываем мясо
- закрываем мясо оставшимися овощами и добавляем воды
- запекаем в духовке 1 час при 200С

ИНГРЕДИЕНТЫ:

- тушенка лосиная 300 гр
- картофель 5 шт
- морковь 2 шт
- грибы лесные 100 гр
- лук 2 шт
- чеснок 4 зубчика
- специи по вкусу



800 75 75 75 75 75
800 018 340 34

ОХОТНИЧЬЯ БЕРЛОГА



Горшочки с тушенкой в духовке

Этапы приготовления

- нарезаем овощи кубиком
- засыпаем в горшочек первую часть овощей
- сверху выкладываем мясо
- закрываем и добавляем воды
- запекаем в духовке 1 час при 200С

Ингредиенты:

- тушенка лосиная 300 гр
- картофель 5 шт
- морковь 2 шт
- грибы лесные 100 гр
- лук 2 шт
- чеснок 4 зубчика
- специи по вкусу



8-800-75-10-10
1160 0100 54-1110

18+

ИТОГИ РАБОТЫ



ИТОГИ РАБОТЫ

- + 1** Разработаны визитки для привлечения аудитории в TG-канал
- + 2** Созданы рубрики для TG-канала
- + 3** Создан логотип в трех цветовых решениях

