Постановка задачи приложения

**Введение**

Данное техническое задание предназначено для разработки приложения Рекламного агентства для онлайн продажа логотипов и т.д, изготовление самых прочных и креативных лого.

**1. Проблема**

Если вам нужны логотипы то вы идете заказывать офлайн. Пока вы объясните то что вы хотели , пройдет много времени .Но с нами вы можете создавать то что хотите когда угодно,

где угодно.

# **Решение проблемы в рамках вашего проекта**

При использования программу «Рекламное агентство» :

1. **Не придется бегать по всему городу в поисках подходящих агентств**
2. **Можно найди нас когда угодно в Play market**
3. **Можно в спокойной обстановке проверить названия и тип материала**
4. **Не придется стоять в очереди**
5. **Никто не узнает, что вы обретайте**
6. **Экономите своё Время**

# **План проекта**

1. Разработать программу

2. Тестирование

3. Рекламировать

4. Установить на серверах и запустить систему

5. Онлайн консультация

Основные требования, которые предъявляются к программу – повышенный уровень профессионализма, скорость и качество обслуживания, удобное интерфейс. Все эти требования планируется сделать основополагающими принципами работы.

# **Выгода от проекта**

1. Понятный интерфейс
2. Минимизация Отказов
3. Экономит время
4. Монетизация от PM

Для удобства своих клиентов и создания дополнительных конкретных преимуществ RekMix планируется предоставление дополнительных услуг.

Решение многоплановых задач, стоящих перед рекламным агентством по созданию рекламного продукта, можно представить в виде трех последовательных этапов.

## **1. ЭТАП ПЛАНИРОВАНИЯ И КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ**

Это начальный, отправной этап, который во многом определяет качество всей работы. Этап включает следующие работы:

* консультации [рекламодателя](https://adindustry.ru/doc/1136) по вопросам разработки рекламной стратегии;
* взаимодействие с [маркетинговыми агентствами](https://adindustry.ru/doc/1142) по вопросам исследования рынка и изучения целевой аудитории рекламодателя;
* разработка плана рекламной кампании;
* определение совместно с клиентом на основе разработанного плана рекламной кампании коммуникационной стратегии по выбору каналов распространения рекламы;
* подробное медиапланирование.

## **2. ЭТАП СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Это самый ответственный этап работы [рекламного агентства](https://adindustry.ru/doc/1137), когда определяется уровень всей работы в целом. Этап включает следующие работы:

* разработка творческой концепции рекламного обращения;
* реализация творческой концепции рекламного обращения в виде готового рекламного продукта;
* проведение тестирования рекламного обращения;
* производство рекламного продукта и его подготовка к размещению (наприме, запись радиоролика, печать плакатов для [наружной](https://adindustry.ru/outdoor-advertising) и [интерьерной рекламы](https://adindustry.ru/indoor-advertising), печать рекламных материалов, подготовка макетов для [рекламы в прессе](https://adindustry.ru/press-advertising) и так далее).

## **3. ЭТАП РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ**

Это завершающий этап работы [рекламного агентства](https://adindustry.ru/doc/1137), который может значительно усилить рекламное воздействие на потребителей, благодаря творческому подходу к решению задач медиапланирования. Этап включает следующие работы:

* медиабаинг, то есть закупка рекламного пространства у выбранных средств распространения рекламы в соответствии с медиапланом;
* координация совместных действий всех видов маркетинговых коммуникаций, вовлеченных в реализуемую рекламную кампанию;
* контроль результатов реализации плана рекламной кампании на отдельных этапах и оценка ее эффективности в целом по итогам работы.

В процессе деятельности [рекламные агентства](https://adindustry.ru/doc/1137) взаимодействуют, с одной стороны, с [рекламодателями](https://adindustry.ru/doc/1136), с другой — с [рекламораспространителями](https://adindustry.ru/doc/1156) , а также субподрядчиками (творческими студиями, производителями и поставщиками отдельных элементов рекламного продукта, другими вспомогательными организациями, связанные c созданием рекламной продукции), у которых размещают заказы, контролируют их исполнение, производят расчеты. Таким образом, рекламное агентство — это универсальная организация, которая постоянно находится во взаимодействии со всеми [субъектами рекламного рынка](https://adindustry.ru/doc/1135), чтобы эффективно решать задачи на каждом из указанных этапов.