|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Канал СМИ/производитель | Название рекламной продукции | Количественные характеристики | Дата выхода | Стоимость | Примечание |
| Наружная реклама |  |  |  |  |  |
| Печатная продукция |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Интернет |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**60% -**

**35% -**

**5% -**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Услуга | Цена (руб.) | Количество | Стоимость (руб.) | Общий бюджет (руб.) | |
| Услуги РА |  | Анализ рынка и конкурентной среды | 25 000 | 1 | 25000 |  |  |
| Брендбук | Нейминг (разработка) | 5 000 | 1 | 5000 |
|  | Нейминг (регистрация в Роспатенте) | 22 480 | 1 | 22480 |
|  | Слоган | 5 000 | 1 | 5000 |
|  | Рекламный текст | 900 | 4 | 3600 |
|  | Логотип | 10 000 | 1 | 10000 |
| Интернет | Сайт | Разработка |  |  |  |  |
|  | Обслуживание |  |  |  |
| Вконтакте | Настройка рекламы специалистом |  |  |  |
|  | Реклама статьи |  |  |  |
| Тик ток | Настройка рекламы специалистом |  |  |  |
|  | Нативная реклама |  |  |  |
| Инстаграм | Настройка рекламы специалистом |  |  |  |
|  | Промо-пост |  |  |  |
| Яндекс.Директ | Настройка рекламы специалистом |  |  |  |
|  | Текстово-графическое объявление |  |  |  |
| Печатная продукция | Листовки | Макет |  |  |  |  |
|  | Печать |  |  |  |
|  | Промоутер |  |  |  |
| Визитка | Макет |  |  |  |
| Печать |  |  |  |
|  | Размещение в вет клиниках, приютах и т.д. |  |  |  |
| Наружная реклама | Кронштейн | Макет |  |  |  |  |
| Изготовление |  |  |  |
| Установка |  |  |  |
| Прочие расходы | |  |  |  |  |  |  |

# **Медиаплан**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Медиа-канал | Медиа-  носитель | Формат и технические требования | Цена за единицу | Тираж | График подачи рекламы | | | | | | | | | | | | | | Охват | Итоговая стоимость  (3 месяца) |
| Интернет | Инстаграм | Промо-пост |  |  |  | | | | | | | | | | | | | |  |  |
| Вконтакте | Рекламная публикация |  |  |  | | | | | | | | | | | | | |  |  |
| Тик Ток | Нативная реклама |  |  |  | | | | | | | | | | | | | |  |  |
| Яндекс Директ | Тексто-графическое объявление |  |  |  | | | | | | | | | | | | | |  |  |
| Печатная реклама | Листовки | А5, односторонняя печать |  |  |  |  | | | | |  | | | |  | | | |  |  |
|  | 1н | 2н | | 3н | 4н | 1н | 2н | 3н | 4н | 1н | 2н | 3н | 4н |
| Пн |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Вт |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| СС |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Чт |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пт |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| СС |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| вс |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Визитки | 90х50, односторонняя печать |  |  |  | | | | | | | | | | | | | |  |  |
| Наружная реклама | Кронштейн | Двусторонний световой панель кронштейн  от 20 до 50 см. |  |  |  | | | | | | | | | | | | | |  |  |

* **Способы оценки эффективности РК (перечень)**

**Коммуникативная**

1. **Показатель внедрения**

**ВР = ЗР / НР**

где:  
**ЗР**— число лиц в тестируемой группе, запомнивших рекламу  
**HP** — число лиц, не запомнивших ее.

ВР =100/20=50

1. **Вовлечение в потребление при помощи рекламы (ВПР)**

Вычисляют по формуле:

ВПР = (ЗР-КТ1)-(НР-КТ2)

где:  
ЗР — число лиц, запомнивших рекламу  
КТ1 — число лиц, запомнивших рекламу и купивших рекламируемый товар  
HP — число лиц, не запомнивших рекламу  
КТ2 — число лиц, не запомнивших рекламу, но купивших рекламируемый товар.  
Если показатель положителен, то эффективность рекламы высока. Если показатель меньше нуля, то реклама неэф­фективна.

ВПР=(100-70)-(20-10)=20, положит.

**Экономическая**

1. **Рентабельность – соотношение полученной прибыли к затратам**:

Р = П\*100 / U, где Р – рентабельность рекламируемого товара в %; П – прибыль, полученная от рекламирования товара в рублях; U – затраты на рекламу данного товара в рублях

Р=15 000 000 – 1 450 000 = 13 550 000

1. **Расчет товарооборота под воздействием рекламы (количественная оценка продаж)**

Сделать усилия по сбыту ненужными и обеспечить продажу – это основная задача. Поэтому считаем, как же изменился товарооборот под воздействием рекламы, по отношению к товарообороту до рекламы:  
Тд = (Тс \* Д \* П) / 100  
где: Тд — дополнительный товарооборот, вызванный рекламными мероприятиями, руб.; Тс — обычный среднесуточный товарооборот (до начала рекламного периода), руб,; Д — количество дней учета товарооборота (в периоде активного рекламирования); П — относительный прирост среднесуточного товарооборота за рекламный период по сравнению с дореклам- нмм, %.

Тд=(2000\*92\*5)/100=9 200

1. **Соотношение между прибылью, полученной от допол­нительного товарооборота, вызванного рекламными мероприятиями и расходами на рекламу, определяет­ся по формуле:**

Э = (Тд х Нт)/100 – (Зр + Рд)  
где:  
Э — экономический эффект рекламирования (в ден. ед.);  
Тд — дополнительный товарооборот под воз­действием рекламы (в ден. ед.);  
Нт — торговая надбав­ка за единицу товара (в % к цене реализации);  
Зр — затраты на рекламу (в ден. ед.);  
Рд — дополнительные расходы по приросту товарооборота (в ден. ед.).  
Э=(15 000 000\* 15)/100 – (1 450 000 + 500 000) = 300 000