

Nazwa
kwalifikacji:

Zarządzanie kampanią reklamową

Oznaczenie
kwalifikacji:

PGF.08

Numer zadania:

01

Kod arkusza:

PGF.08-01-23.06-SG

Wersja arkusza:

SG

Lp.	Elementy podlegające ocenie/kryteria oceny
R.1	Rezultat 1: Brief reklamowy w pliku brief.pdf
	<i>Sprawdzany jest plik zawierający w nazwie słowo brief zapisany w formacie pdf zawierający brief reklamowy</i>
R.1.1	brief reklamowy przygotowano na podstawie załączonego do zadania pliku <i>brief_formularz.doc</i>
R.1.2	brief zawiera nazwę firmy: Activ S.A.
R.1.3	brief zawiera pełne dane teleadresowe: ul. Nowa 12, 94-047 Łódź
R.1.4	w briefie umieszczono informację, że celem kampanii jest zapoznanie dotychczasowych i nowych klientów z nową serią jogurtów Pit-Mit
R.1.5	w briefie wpisano dwóch konkurentów firmy Activ: Mlekopol, SonMlek
R.1.6	w briefie opisano grupę docelową: ludzie dbający o zdrowie, chcący wzmocnić układ odpornościowy, poprawić samopoczucie (dopuszcza się zapis równoznaczny) - co najmniej dwa
R.1.7	w briefie uwzględniono opis produktu: jogurt pitny Pit-Mit w czterech smakach: mleczna czekolada, kawa, śmietanka, owoce tropikalne . Posiada opakowanie nowej generacji , utrzymujące przez długi czas niską temperaturę. Opakowanie jogurtu ma być wyposażone w wygodną zakrętkę zawierającą motto dnia (opis powinien uwzględniać obowiązkowo wyboldowane określenia, dopuszcza się zapis równoznaczny)
R.1.8	w briefie uwzględniono wykorzystanie mediów ATL lub uwzględniono prasę, telewizję, internet
R.1.9	w briefie zapisano czas trwania kampanii reklamowej: od 1 do 31 lipca
R.2	Rezultat 2: Analiza zachowań konsumentów w pliku analiza.pdf
	<i>Sprawdzany jest plik zawierający w nazwie słowo analiza zapisany w formacie pdf zawierający analizę zachowań</i>
R.2.1	analizę przygotowano na podstawie załączonego do zadania pliku <i>analiza_formularz.doc</i>
R.2.2	w polu dot. cech klientów wpisano sformułowania: pragną cieszyć się życiem, dbają o swoje zdrowie (dopuszcza się zapis równoznaczny)
R.2.3	w polu dot. częstotliwości spożycia jogurtu zamieszczono informację, że klienci spożywają jogurty regularnie (dopuszcza się zapis równoznaczny) - np. codziennie, raz w tygodniu itp.
R.2.4	jako motyw zakupu podano informację, że klienci spożywają jogurty, ponieważ pomagają przywrócić równowagę flory bakteryjnej w przewodzie pokarmowym
R.2.5	jako motyw zakupu podano informację, że klienci spożywają jogurty, ponieważ wzmacniają układ odpornościowy
R.2.6	przy pytaniu "W których sytuacjach klienci kupują jogurty?" zamieszczono zapis: w sytuacjach stresowych, dużego przemęczenia, a także po kuracji antybiotykowej
R.2.7	kolorem opakowania najbardziej zachęcającym do zakupu jogurtu według klientów jest biały
R.2.8	drugim kolorem opakowania preferowanym przez klientów przy zakupie jogurtu jest niebieski
R.3	Rezultat 3: Media plan w pliku media_plan.xls/xlsx
	<i>Sprawdzany jest plik zawierający w nazwie media plan zapisany w formacie xls/xlsx zawierający media plan</i>
R.3.1	media plan przygotowano na podstawie załączonego do zadania pliku <i>media_plan.xlsx</i>
R.3.2	media plan zawiera dane zleceniodawcy: ul. Nowa 12, 94-047 Łódź
R.3.3	wskazano miesiąc, dla którego zaplanowano emisję reklamy: lipiec lub termin kampanii 1 - 31 lipca
R.3.4	w mediach drukowanych wybrano prasę: Twoje zdrowie, Sportowe wydarzenia
R.3.5	w mediach drukowanych uwzględniono 8 ogłoszeń 1/2 stronicowych i 4 ogłoszenia na całą stronę
R.3.6	dla medium drukowanego zaplanowano na 8 emisji zdający zaznaczył wszystkie środy i czwartki w miesiącu lipcu
R.3.7	w mediach cyfrowych uwzględniono 32 emisje spotu telewizyjnego i 5 emisji artykułu sponsorowanego w miesiącu lipcu
R.3.8	w mediach cyfrowych uwzględniono portal internetowy: www.aktywni.pl
R.3.9	łączny koszt emisji reklamy w mediach drukowanych w miesiącu lipcu wynosi: 37 200,00 zł
R.3.10	łączny koszt emisji wszystkich zaplanowanych reklam nie przekroczył wartości: 2 296 000,00 zł