|  |  |
| --- | --- |
| Дата заполнения |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **1 | Общая информация о компании** |
| Название компании (организации) |  |
| Адрес корпоративного сайта |  |
| Адрес офиса |  |
| Имя и Фамилия контактного лица |  |
| Должность |  |
| Мобильный номер телефона  |  |
| E-mail |  |
| Рабочий телефон |  |
| Skype |  |
| Другие средства коммуникации |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **2 | Сроки** |
| Ожидаемый срок подачи предложения |  |
| Ожидаемый срок сдачи проекта |  |
| Предполагаемый бюджет |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **3 | Маркетинговый блок** |
| Основные направления деятельности компании |  |
| Общее описание продукта |  |
| Структура марок (ассортиментный ряд: серии, линейки и т.п.) |  |
| Основные преимущества |  |
| Основные ценности продукта (рациональные и эмоциональные) |  |
| Позиционирование продукта(как продукт или торговая марка воспринимается потребителем — образ в голове потребителя) |  |
| Регионы продаж(Города, области, регионы) |  |
| Места продаж (магазины, рынки, супермаркеты и т.п.) |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Целевая аудитория | Пол | Возраст | Уровень доходов | Стиль жизни | Работающие/неработающие |
| Первичная: |  |  |  |  |  |
| Вторичная: |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Основные конкуренты и их позиционирование |  |
| Продолжительность присутствия товара на рынке |  |
| Ценовое позиционирование |  |
| Результаты маркетинговых исследований |  |
| Перспективные направления развития |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **4 | Креативный блок** |
| Цель, ставящаясяперед видеороликом |  |
| Техника исполнения(отметьте один или несколько наиболее подходящих вариантов) | *Постановочная видеосъемка (игровая)**Постановочная видеосъемка (общие планы)**Продуктовая макро видеосъемка**2D анимация**3D анимация**Персонажная анимация**Таймлапс видеосъемка**Аэро видеосъемка**Комбинированная техника исполнения**Другое.* |
| Основное сообщение (какую основную мысль необходимо донести до потребителя?) |  |
| На каких характеристиках и преимуществах продукта нужно акцентировать внимание потребителя |  |
| Тон / стиль ролика (отметьте один или несколько наиболее подходящих вариантов |  |
| Обязательные элементы в ролике(логотип, персонаж, слоган, адрес, телефон и т.п.) |  |
| Особые упоминания / акценты(или о чем говорить не стоит) |  |
| Хронометраж ролика(точная либо примерная продолжительность: «не более 10 сек», «от 20 до 30 сек» и т.д.) |  |
| Каналы распространения(ТВ, YouTube, indoor либо outdoor экраны, сетевые веб площадки, медиакубы, медиа фасады, нестандартные площадки и т.п.) |  |
| Требования к разрешению(Full HD 1080p, 2K, Ultra HD 4K, 5K, особые пожелания) |  |
| Субтитры |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **5 |Дополнительная информация** |
| Критерии оценки эффективности |  |
| Лицо, принимающее решение |  |
| Законодательные и другие ограничения, применяемые к данному виду продукции |  |
| Приведите примеры видеороликов, которые вы считаете удачными |  |
| Приведите примеры видеороликов, которые вы считаете неудачными |  |
| Другая важная информация |  |