

DATA:

KLIENT:

MARKA:

PRODUKT:

1

MARKA PRODUKTU
wartości, jakie niesie
ze sobą marka

2

SEGMENT RYNKU
z jakimi markami
i gdzie konkurujemy?

3

GRUPA DOCELOWA
do kogo mówimy?

4

CEL REKLAMY
w jakim celu
reklamujemy produkt

5

KORZYŚĆ
DLA KONSUMENTA
co obiecujemy?

6

ŚWIADOMOŚĆ
KONSUMENTA
to, co konsument
obecnie myśli o marce

7

POWÓD
dlaczego konsument
ma uwierzyć w reklamę?

8

OGRANICZENIA