



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КАЗУС

НА ТЕМА:

ПРОМОЦИОНАЛНА КАМПАНИЯ В ИНТЕРНЕТ

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

1) Медиа план

В посочения в таблица 1 Медиа план са избрани онлайн медии, които позиционират продукта адекватно т.е. спрямо аудиторията, която се счита за най-значима с оглед създаване на разпознаваемост и първоначална навлизане на пазара на козметичния продукт. Именно тези аудитории са:

- Жени във възраст 18-33 години
- Млади майки
- Семейни жени
- Мъже / жени с доходи над 500 лв. на месец и т.н

Основната причина е, че всички посочени онлайн медии са с висока степен на посещаемост в страната и/или са уникални със своето онлайн съдържание. Разбира се, медийният план не може без включване на социалните медии, които могат да генерират огромен трафик, последователност и потенциални купувачи на козметичния крем.

Табл.1 Медиа план за продукт Sana Therapy

№	Медия	аудитория	очакван резултат
1	Rozali.com	домакини и млади жени	импресии
2	Az-jenata.bg	семейни жени	импресии
3	blitz.bg	Активни потребители на новинарски сайтове	импресии
4	dama.bg	жени 18-30 години	кликове
5	google Ads	всички потребители на google	кликвания / импресии
6	Facebook	всички аудитории	споделяния / харесвания и препратки
7	Youtube	всички аудитории	споделяния / препратки / харесвания
8	Bg-mamma	настоящи и бъдещи майки	ключови думи
9	framar.bg/	Всички аудитории	препратки
10	zajenata.bg	жени	импресии
11	dir.bg	Всички аудитории	препратки