

Рекламная кампания 141 группа

1. комплекс действий, направленных на достижение рекламы в целом, т.е. на полноценную передачу потребителю информации о продукте с помощью разных способов и каналов коммуникации
2. комплекс мероприятий, направленный на продвижение продукта и связанный с необходимостью повышения одобрения у аудитории и уровня продаж, предполагающее множественные мероприятия и проекты
3. комплекс мероприятий, проектов, креативных решений, направленных на продвижение конкретного товара, услуги или бренда
4. комплекс мероприятий, направленных на увеличение популярности бренда/мероприятия/товара, повышения к нему лояльности потребителя
5. совокупность действий, направленных на популяризацию определенного продукта в целях увеличения продаж (для получения коммерческой выгоды)
6. совокупность рекламных мероприятий, направленных на продвижения рекламного продукта в определенный промежуток времени ради достижения конкретной цели
7. серия спланированных рекламных мероприятий, объединенных одной идеей и концепцией для достижения определенной маркетинговой цели
8. комплекс мер, направленный на продвижение товара или услуги с использованием особых инструментов (ролики, плакаты и т.д.)
9. совокупность или система целенаправленных рекламных мероприятий, объединенных определенной идеей для достижения конкретной цели маркетинга
10. совокупность деятельности компании, направленные на увеличение продаж продукта путем задействования одной площадки. Продвижение происходит «напрямую», без «предистории»
11. серия мероприятий, направленных на поддержания имиджа фирмы, поддержку нового продукта или меры по повышению их узнаваемости и популярности
12. система рекламных мероприятий, которые объединены одной идеей, концептом, направленных на достижение маркетинговой стратегии
13. комплекс мер, разработанных для привлечения внимания покупателя к услуге, товару, платформе и т.д
14. оплаченная заказчиком совокупность мероприятий, направленная на увеличение продаж
15. комплекс различных мер по привлечению внимания к объекту рекламирования
16. это комплекс согласованных и продуманных «действий» рекламного характера, каждый элемент которого объединен общей целью (чаще коммерческой, если не социальная реклама) и лаконично вписывается в общую концепцию; могут использоваться ATL/BTL –инструменты
17. совокупность средств продвижения товара или услуги, к которым относится серии рекламных роликов, различные мероприятия, проект также может считаться частью рекламной кампании