

## Creative Brief / Креативный бриф

### Клиент: ООО «Информ Мобил Терминал»

<b>Background / История</b>	Компания «Информ Мобил Терминал» — молодой развивающийся контент-провайдер, предлагающий абонентам сотовых сетей медиаконтент для мобильных телефонов: картинки, мелодии, игры и справочную SMS-информацию.
<b>Target Audience / Целевая аудитория</b>	Молодые люди в возрасте 18–27 лет, пол не важен. Социальный статус: студенты ВУЗов, среднетехнических учебных заведений, молодые работники IT-сферы, прогрессивная молодёжь.
<b>Accepted Consumer Belief / Устоявшиеся мнения потребителей</b>	Загружать популярные картинки и мелодии на свой мобильник — это круто и прикольно! Игры на мобильнике помогают весело скоротать время в транспорте, различных местах ожидания и т.п. Уметь пользоваться WAP-услугой — значит жить в ногу со временем, быть технически продвинутым пользователем.
<b>Positioning / Позиционирование</b>	Отличие от контента конкурентов: аранжировку мелодий делает высокопрофессиональный композитор, учтены технические особенности различных моделей телефонов, такие как 4x-голосая полифония для бюджетных аппаратов, графический контент содержит множество рисованных от руки элементов, что отличает его от большинства одинаковых фото у других контент-провайдеров.
<b>What is the Advertising Intended to Achieve? / Чего нужно достигнуть данной рекламой</b>	Быстрый выход на общероссийский рынок, позиционирование на одном уровне с крупными действующими на рынке компаниями (Infon, Jippii). Планируемый объём продаж — 160 тыс. обращений в месяц по каждому оператору связи (3–4 оператора).
<b>The Single Minded Proposition / Предложение, которое делается целевой группе</b>	Загрузить мелодию, картинку, игру на свой мобильник. Получать свежую информацию по SMS. Украсить и оживить свой телефон.
<b>Substantiation for the Proposition / Доказательства, подтверждающие предложение</b>	Абонент выбирает то, что ему нравится — богатый выбор популярных мелодий, оригинальные картинки, поднимающие настроение, юмор, справочная информация, необходимая для быстрого решения повседневных дел (погода, курсы валют, новости, адреса специализированных магазинов, VIP-заведений и т.д.).
<b>Desired Brand Image / Впечатление, которое должно остаться от брэнда после BTL-кампании</b>	Хорошее настроение, ощущение причастности к прогрессу, осознание своей «продвинутости» в информационных технологиях. Эстетическое наслаждение «мобильным искусством».
<b>Style Tone&amp;Mood / Тон рекламного сообщения</b>	Лёгкий, «коктейльный», ненавязчивый, ориентированный на молодое поколение.
<b>Mandatory elements / Обязательные элементы</b>	Название брэнда — Elly, фирменная символика (изображение девушки-белки — предоставляется рекламодателем), изображение короткого номера, на который требуется отсылать SMS-запрос.
<b>Basic elements / Исходные материалы</b>	Таблица с перечнем мелодий, картинок, где указаны коды, которые нужно отправить в виде SMS на короткий номер для получения понравившегося медиаэлемента.
<b>Restrictions / Ограничения</b>	Нет ограничений.

<b>Media / СМИ/ BTL</b>	Предпочтительны популярные развлекательные издания, газеты, журналы молодежной направленности с большим тиражом (общероссийские издания — Лиза, Cool, SpeedInfo) распространение листовок в транспорте (поезда дальнего следования), местах общественного питания.
<b>Budget / Бюджет</b>	Предполагаемый рекламный бюджет — 3 млн. рублей. По итогам обращений за месяц будет проводиться мониторинг изданий и соответствующее перераспределение средств.