

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут
економіки і управління
Кафедра Маркетингу**

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

_____ Олег ШЕРЕМЕТ
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2024 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Ольга ПЕТУХОВА
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
зі спеціальності 061 «Журналістика»
освітньо-професійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»
на тему: «Проект рекламної кампанії молочної каші для ТДВ
«Яготинський маслозавод. Яготинське для дітей»»**

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи 12

Олексієнко Вікторія Олегівна _____
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Керівник Соловйова Юлія Євгеніївна _____
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент _____
(прізвище та ініціали) (підпис)

Засвідчую, що в цій
кваліфікаційній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних
посилань.
Здобувач _____
(підпис)

Київ - 2024р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Навчально-науковий інститут економіки і управління

Кафедра маркетингу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 061 «Журналістика»

Освітньо-професійна програма «Реклама та зв'язки з громадськістю»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Ольга ПЕТУХОВА

“20” грудня 2023 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Олексієнко Вікторія Олегівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Проект рекламної кампанії молочної каші для ТДВ «Яготинський маслозавод. Яготинське для дітей»»

керівник роботи Соловйова Ю.Є., канд.наук із соц.ком., доцент кафедри маркетингу,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від 19.12.2023 р. № 1004-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 24.05.2024 року.

3. Вихідні дані до роботи: Закони України та законодавчі акти, прийняті Верховною Радою, постанови Кабінету Міністрів України з питань економічного розвитку; інструкції органів виконавчої влади; рекомендовані літературні джерела та методичні посібники, галузеві видання; бухгалтерська і статистична звітність підприємства.

4. Перелік графічного матеріалу: нюслеттер, креативна розсилка для ЗМІ, сценарії відео для YouTube і TikTok, промова публічної особи, оглядова стаття,

5. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. РОЗДІЛ

1. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТМ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД. ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ»

6. РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ ТМ «ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ»

Список використаної літератури. Додатки.

7. Перелік графічного матеріалу : Рис.1.1, Рис.1.2, Рис.1.3, Рис.1.4, Рис.2.1, Рис.2.2, Рис.2.2, Рис.2.3, Рис.2.4, Рис.2.5, Рис.2.6, Рис.2.7, Рис.2.8, Рис.2.9, Рис.2.10, Рис.2.11, Рис.2.12, Рис.2.13, Рис.2.14, Рис.2.15, Рис.2.16, Рис.2.17, Рис.2.18, Рис.2.19, Рис.2.20, Рис.2.21, Рис.2.22, Таблиця 2.1, Таблиця 2.2, Таблиця 2.3, Таблиця 2.4, Таблиця 2.5,

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

6. Дата видачі завдання 19.12.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Складання плану роботи, опрацювання літературних джерел.	01-20.02.2024	Виконано
2.	Обґрунтування актуальності теми, написання вступу	21.02-09.03.2024	Виконано
3.	Робота над розділом 1: «Аналіз рекламної ТДВ Яготинський маслозавод. Яготинське для дітей»	10.03-26.04.2024	Виконано
4.	Робота над розділом 2: «Розроблення рекламної кампанії для ТМ «Яготинське для дітей»»	27.04-22.05.2024	Виконано
6.	Висновки. Список використаної літератури	23.05.2024	Виконано
7.	Оформлення роботи	24.05.2024	Виконано

Здобувач

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД. ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ»	9
1.1. Основна інформація про ТДВ «Яготинський маслозавод. Яготинське для дітей» .	9
1.2 Аналіз рекламної діяльності ТМ «Яготинське для дітей».....	13
1.3 Аналіз цільової аудиторії і іміджу ТМ «Яготинське для дітей».....	17
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ ТМ «ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ»	20
2.1 Етапи рекламної кампанії.....	20
2.2 Розробка медіаплану для ТМ "Яготинське для дітей".....	20
2.3 Пост для Інстаграму.....	22
2.4 Банер зовнішньої реклами.....	23
2.5 Запрошення на тематичний захід.....	24
2.6 Інстаграм сторіс для бренду.....	25
2.7 Друга Інстаграм сторіс для бренду	20
2.8 Пост для Інстаграму.....	27
2.9 Рекламний білборд.....	28
2.10 Сценарій рекламного ролика	28
2.11 Другий сценарій рекламного ролика.....	30
2.12 Готові макети рекламної кампанії ТМ "Яготинське для дітей"	32
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	50

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей розроблення рекламної кампанії для ТДВ «Яготинське для дітей», проаналізовано рекламну діяльність ТДВ «Яготинський маслозавод. Яготинське для дітей», запропоновано рекламну кампанію та розглянуто її ефективність.

У першому розділі нами було проаналізовано рекламну діяльність бренду та було досліджено ефективність рекламних матеріалів за допомогою основних каналів комунікації.

У другому розділі нами було розроблено рекламну кампанію для молочних каш від ТМ «Яготинське для дітей».

Під час кваліфікаційної роботи було створено пости для соціальної мережі Instagram, сценарії для рекламних роликів та банер зовнішньої реклами.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Вона містить 27 рисунків, 5 таблиць.

Список використаних джерел складається з 14 найменувань.

Загальний обсяг роботи 51 сторінка.

Ключові слова: «Яготинський маслозавод», «Яготинське для дітей», молочні каші, рекламна кампанія.

ANNOTATION

The qualification work is dedicated to the study of the development features of an advertising campaign for LLC "Yagotynske for Children". It analyzes the advertising activities of LLC "Yagotyn Butter factory. Yagotynske for Children", proposes an advertising campaign, and examines its effectiveness.

In the first section, the advertising activities of the brand are analyzed, and the effectiveness of advertising materials through the main communication channels is studied.

In the second section, an advertising campaign for dairy porridges from the TM "Yagotynske for Children" is developed. During the qualification work, posts for the social network Instagram, scripts for commercials, and an outdoor advertising banner were created.

The qualification work consists of an introduction, two sections, conclusions, a list of references, and appendices. It contains 27 figures, 5 tables. The list of references consists of 14 titles. The total volume of the paper is 51 pages.

Keywords: "Yagotyn Butter factory", "Yagotynske for Children", dairy porridges, advertising campaign.

ВСТУП

Продукти харчування для дітей завжди будуть актуальними на споживчому ринку. З розвитком технологій виготовлення їжі розвивається і ця галузь. У наш час панує мода на здорове харчування. Щоб проводити своє життя максимально повноцінно і з високим коефіцієнтом корисної дії, люди прагнуть споживати правильну їжу швидко і зручно.

Особливої популярності набули продукти, котрі є поживними, легкими в засвоюванні та багатими на нутрієнти.

Дорослі намагаються дати своїм дітям все необхідне для їх успішного розвитку. Але у заклопотаних батьків не завжди є час нагодувати свого малюка з дотриманням всіх зазначених вище пунктів, тому, останнім часом особливої популярності набули продукти, котрі є поживними, легкими в засвоюванні й споживанні.

На українському ринку представлено багато брендів, котрі готові задовільнити попит на дитяче харчування, саме тому так важливо прикласти максимум зусиль у площині маркетингу і відрізнитися з-поміж всіх конкурентів.

Актуальність обраної теми відображається у необхідності ефективно реагувати на зміни та швидко адаптувати рекламні стратегії до сьогоdnішніх реалій ринку. З кожним новим днем рекламна сфера еволюціонує. У ній застосовуються все нові й нові прийоми маніпуляцій споживачами, передові технології графічного дизайну та різноманіття креативних ідей. Все це вимагає від бренду ефективних змін у стратегії та плануванні, окрім цього, конкурентність зростає. Важливість дослідження цієї теми полягає в здатності розвивати ефективні рекламні стратегії, які відповідають сучасним вимогам та допомагають досягати конкурентних переваг у сфері дитячого харчування.

ТМ «Яготинське для дітей» – це бренд, що активно розвивається та виводить нові продукти на полиці наших магазинів.

Має на меті збільшити свою частку ринку, забезпечити високу якість продукції тощо.

Кваліфікаційну роботу присвячено аналізу рекламної діяльності ТМ «Яготинське для дітей» з метою визначення її ефективності та удосконалення.

Мета роботи: розробити рекламну кампанію для ТМ «Яготинське для дітей», що сприятиме:

- Збільшенню кількості споживачів
- Покращенню іміджу марки
- Підвищенню впізнаваності
- Залученню нових інструментів рекламної діяльності.

Поставлена мета визначає комплекс **завдань**, які необхідно розв'язати для успішної її реалізації:

- здійснити аналіз конкурентних переваг ТМ «Яготинське для дітей»
- розглянути рекламну діяльність бренду
- розробити медіаплан та обчислити бюджет рекламної кампанії
- розробити комплекс рекламних графічних матеріалів.

Об'єктом дослідження є рекламна діяльність ТМ «Яготинське для дітей»

Предметом дослідження є особливості розроблення рекламної кампанії для ТМ «Яготинське для дітей».

Обсяг і структура роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

Загальний обсяг роботи становить 51 сторінку. Список літератури становить 14 джерел.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД. ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ»

1.1. Основна інформація про ТДВ «Яготинський маслозавод. Яготинське для дітей»

Перед тим, як приступати до розроблення рекламної кампанії, слід визначити основні відомості про підприємство для того, щоб розуміти, як краще розробити кампанію.

Підприємство знаходиться за адресою: вул. Коцюбинського 6, Згурівка, Київська область.

Воно належить до акціонерного товариства «Молочний альянс» [1]. Це група компаній, що об'єднує потужні підприємства з виробництва й переробки молока, а також популярні молочні й сирні бренди.

ТМ «Яготинське для дітей» – є частиною АТ «Молочний альянс».

Нижче були додані логотипи «Молочного альянсу» і «Яготинського для дітей». У «Молочного альянсу» в логотипі присутні синій колір фону (#ffffff) і білий колір напису (#ffffff)



Рис.1.1. Логотип АТ «Молочний альянс»



Рис.1.2. Логотип ТМ «Яготинське для дітей»

Тло для напису на логотипі було зображено білим (#ffffff) Напис «Яготинське» червоним (#ce5658) рамка для напису «для дітей» (#009fe3) і блакитна обводка логотипу (#3bbfef).

АТ «Молочний альянс» це компанія зі власною структурою управління фінансами, закупівлями, маркетингом, виробництвом, логістикою та продажами. АТ «Молочний альянс» включає в себе 6 брендів. Продукція випускається під брендами:

- «Пирятин»
- «Славія»
- «Яготинське»
- «Яготинське для дітей»
- «Златокрай»
- «Молочний альянс».

Також «Молочний альянс» налічує 5 виробничих підприємств:

- Баштанський сирзавод
- Золотоніський маслоробний комбінат

- Пирятинський сирзавод
- Молочний альянс
- Філія «Яготинське для дітей»
- Яготинський маслозавод.

«Яготинське для дітей» є філією Яготинського маслозаводу. Це унікальний для України окремо розміщений спеціалізований завод з виробництва дитячого молочного харчування, розташований в екологічно чистому районі Київської області, поряд з територією Згурівського дендропарку. На заводі встановлено технологічно довершене обладнання зі Швеції, Італії, Німеччини, Ізраїлю, Болгарії та інших країн. Під торговою маркою «Яготинське для дітей» випускається повний асортимент молочної продукції для малят від 6 місяців.

При виробництві дитячого харчування завод «Яготинське для дітей»:

- дотримується українських і міжнародних стандартів якості;
- використовує сучасні технологічні досягнення, щоб виготовити найбільш корисну й смачну молочну продукцію з натурального коров'ячого молока.

Дитяче молочне харчування ТМ «Яготинське для дітей» виробляється за унікальною рецептурою з урахуванням смакових уподобань малечі.

Молочна продукція ТМ «Яготинське для дітей» виробляється з фермерського молока екстра ґатунку з додаванням натуральних фруктових, овочевих і ягідних наповнювачів. Технологічний процес виключає використання жодних консервантів, синтетичних барвників або будь-яких шкідливих харчових добавок. Продукти з наповнювачами ТМ «Яготинське для дітей» у якості підсолоджувача містять винятково натуральну фруктозу.

При прийманні на завод вся сировина проходить жорсткий багатоступеневий контроль якості. Кожна партія готової продукції, перш ніж відправитися до пунктів продажу, також неодноразово й ретельно перевіряється службами контролю якості заводу «Яготинське для дітей».

Завод «Яготинське для дітей», чітко дотримується своєї філософії: «ми піклуємося про здоров'я українського народу, випускаючи для маленьких українців натуральні якісні молочні продукти за доступними цінами» [2].

Ідея бренду – дати споживачу можливість нагодувати свою дитину швидко і корисно.

Бренд має певний перелік цінностей:

- **Натуральність та безпека:** Продукція виготовляється з натурального молока без шкідливих домішок.
- **Поживність та корисність:** Високий вміст вітамінів, мінералів та пребіотиків, необхідних для здорового розвитку дітей.
- **Зручність:** Легкість та швидкість процесу годування, економія часу батьків.

Основна діяльність бренду на ринку – продаж корисної молочної та кисломолочної продукції для дітей.

Головна мета рекламної стратегії ТМ «Яготинське для дітей» – зміцнити позиції бренду на ринку дитячого харчування, підвищити впізнаваність продукції, збільшити обсяг продажів і залучити нових споживачів, зокрема батьків дітей від 6 місяців до 3 років.

Позиціонування – продукція «Яготинське для дітей» позиціонується як натуральна, безпечна, корисна, смачна та зручна у використанні.

Основні цінності бренду – якість, натуральність, турбота про здоров'я дітей.

Підприємство виготовляє продукцію, до якої належать:

- Молочні коктейлі;
- Молочні каші;
- Ультрапастеризоване молоко;
- Йогурт;
- Вітамінізований кефір;
- Кисломолочний сир;

- Паста сиркова з наповнювачем.

Отже, ТМ «Яготинське для дітей» – це вельми успішний бренд, що розповсюджує продукти харчування для дітей та швидко розвивається в умовах конкурентного середовища. Бренд має широкий асортимент напоїв, а також, власну стратегію розвитку.

Важливо зазначити, що для бакалаврської кваліфікаційної роботи треба було виготовити матеріали для рекламної кампанії саме молочних каш. Тому наступні макети виготовлятися з акцентом саме на цей вид товарів ТМ «Яготинське для дітей».

1.2 Аналіз рекламної діяльності ТМ «Яготинське для дітей»

Для ефективного початку роботи над макетами рекламної кампанії, треба провести аналіз рекламної діяльності та соціальних мереж бренду, які теж наявні у підприємства.

Нижче наведено декілька прикладів реклами товарів ТМ «Яготинське для дітей». Як ми можемо бачити, реклама виконана в грайливому стилі. Такий стиль було обрано для привернення уваги дітлахів, що схильні звертати увагу на яскраві зображення, особливо, коли вони так сильно нагадують їх улюблені мультфільми. Такий підхід дозволяє рекламним матеріалам не загубитися в купі інформаційного сміття і звернути на себе увагу потенційних клієнтів.

Також ми можемо помітити, що бекграунд рекламних матеріалів (Рис. 1.3; Рис.1.5) нагадує картонний театральний сценічний пейзаж. Цей прийом додає рекламі казковості і непересічності.



Рис.1.3. Рекламний банер молочної каші від ТМ «Яготинське для дітей»

На цьому прикладі (Рис.1.3) ми можемо помітити, що бекграунд також нагадує креативні вироби, котрі діти роблять своїми руками. Цей прийом додає рекламі казковості і непересічності.

У рекламному матеріалі нижче (Рис.1.4) ми бачимо вирізку із відеоролика, що покликаний просувати молочні каші бренду. Тут були використані цікаві поєднання кольорів, яскраві графічні елементи. Слоган «Яготинського для дітей» був вдало вписаний в композицію.



Рис 1.4. Вирізка з рекламного ролика ТМ «Яготинське для дітей»

У цьому випадку (Рис.1.5.) нам представлена реклама дитячого молока. Важливо розглянути рекламу не тільки продукту, який ми збираємось рекламувати, але й матеріали для інших товарів бренду, так як без цього, неможливо буде проаналізувати стиль реклами, який використовує бренд. У матеріалі були використані схожі на рекламу каші (Рис.1.3) стилістичні прийоми. Зображення нагадує дитячу театральну виставу, має виразну кольорову палітру і звертає на себе увагу.



Рис.1.5. Рекламний банер дитячого молока від ТМ «Яготинське для дітей»

На фотографії нижче (Рис.1.6) ми бачимо профіль бренду в соцмережі Інстаграм [3], профіль виконаний в яскравих кольорах із додаванням реальних фото споживачів продукції марки. Залучення аудиторії є хорошим, покупці часто відмічають бренд на своїх фото, що є хорошим показником для сторінки будь-якого бренду. В описі профілю ми бачимо активне посилання на сайт, а в хайлайтсах є ігри для малечі, перелік продукції бренду і фото з відгуками покупців. Загалом, акаунт залишає гарне враження про себе.

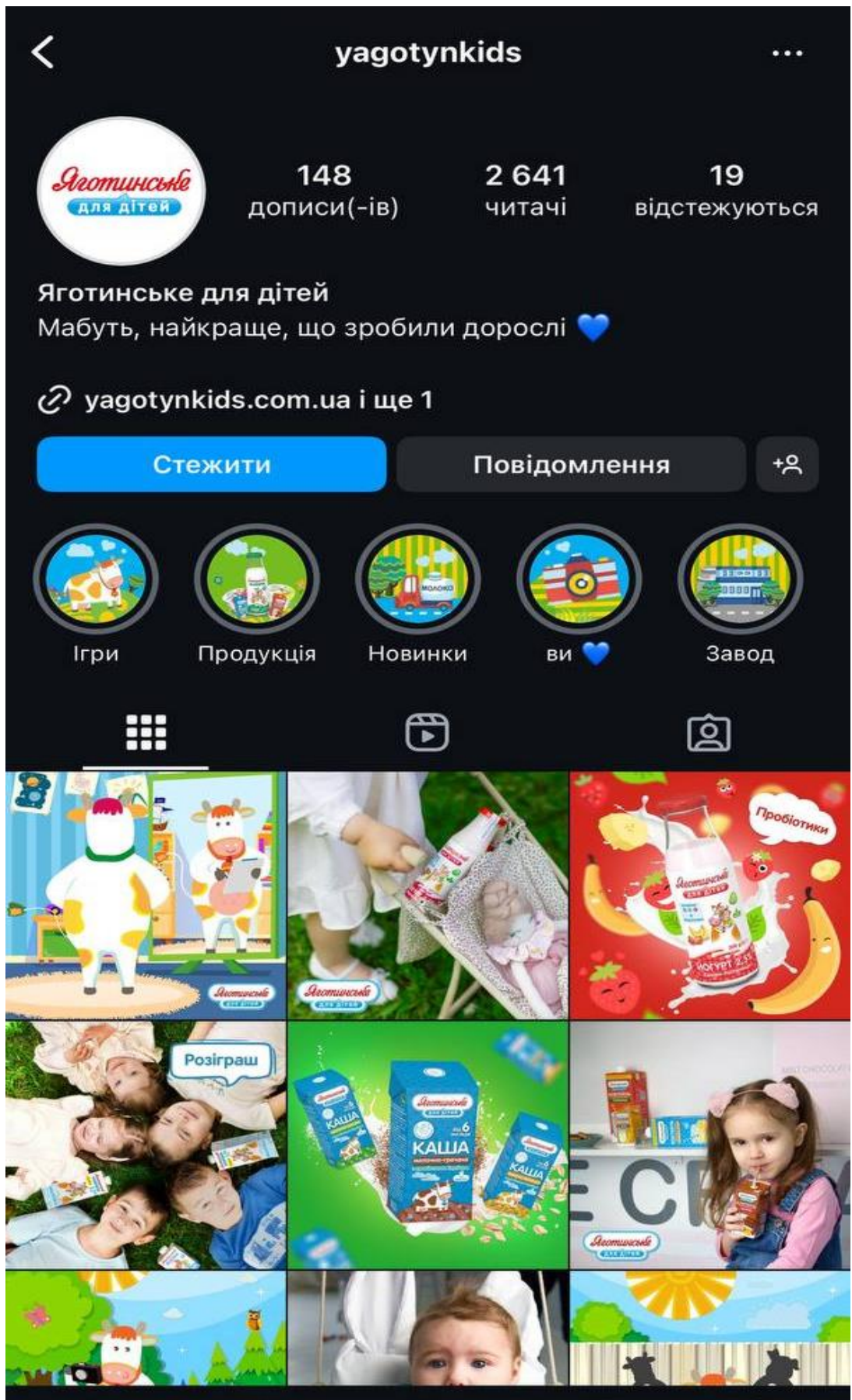


Рис.1.6. Інстаграм сторінка ТМ «Яготинське для дітей»

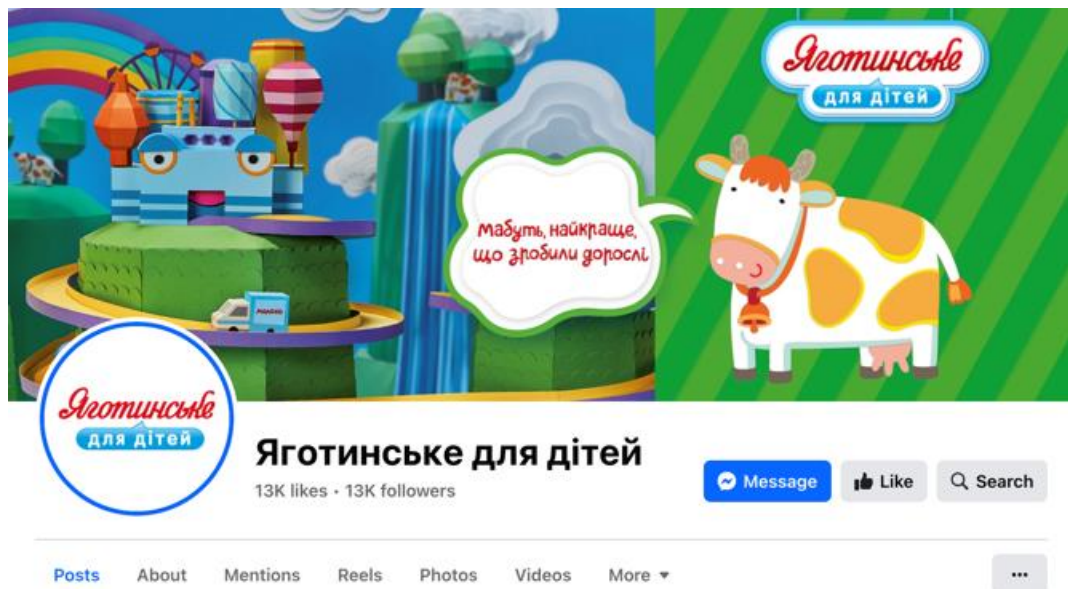


Рис.1.7 Фейсбук сторінка ТМ «Яготинське для дітей»

Сторінка Фейсбуку (Рис.1.7) [4] декорована яскравими шпалерами, що зображують завод «Яготинського для дітей». Потрібно зазначити, що, сторінки в обох соціальних мережах виконані однаково, тобто всі публікації дублюються. Також у публікаціях є певна закономірність – живе фото з дітьми, а після йде фото з фірмовим дизайном. Через це складається приємна візуальна картинка. Залученість користувачів на обох сторінках є чудовою, як і співвідношення лайків та коментарів.

1.3 Аналіз цільової аудиторії і іміджу ТМ «Яготинське для дітей»

Образ бренду, що склався в головах наших споживачів, є надзвичайно важливим. Для стабільного розвитку бренд повинен різносторонньо впливати на споживачів, постійно, але не нав'язливо нагадувати їм про себе.

Позитивний імідж нашого бренду базується на таких факторах:

- Незмінно висока якість продукції
- Позитивні смакові характеристики
- Позитивна репутація
- Споживче сприйняття, довіра наших клієнтів

- Високотехнологічне виробництво.

Цільова аудиторія

Цільова аудиторія ТМ «Яготинське для дітей» складається переважно з батьків дітей віком від 6 місяців до 3 років.

Перша та найбільша категорія – це жінки у віці 25-40 років, які мають вищу або неповну вищу освіту та проживають у великих містах України. Вони зазвичай мають середній або вище середнього рівень доходів, що дозволяє їм інвестувати в якісне харчування для своїх дітей. Батьки цієї групи приділяють велику увагу здоров'ю та розвитку своїх дітей, тому вони шукають натуральні, безпечні та поживні варіанти перекусу. Вони активно використовують інтернет та соціальні мережі, де шукають поради щодо дитячого харчування та діляться власним досвідом.

Друга категорія – це медичні працівники, зокрема педіатри та дитячі дієтологи, що рекомендують продукти «Яготинське для дітей» своїм пацієнтам. Вони цінують високий вміст вітамінів, мінералів та пребіотиків у продуктах бренду, а також їхню безпечність і відповідність стандартам якості.

До третьої категорії належать дитячі установи, такі як дитячі садки та центри розвитку, що використовують продукцію бренду у своїх раціонах.

Головною характеристикою нашої цільової аудиторії є прагнення до зручності та економії часу, що робить готові молочні каші привабливими для щоденного використання.

Отже, ТМ «Яготинське для дітей» є сучасним брендом, що швидко розвивається і вирізняється на тлі конкурентів. Вони протягом довгого часу сумлінно виробляють свою продукцію і підтримують стандарти якості на високому рівні. На їх виробничому підприємстві встановлено сучасне обладнання і вони виробляють 7 лінійок продукції з різними смаками.

Проаналізувавши рекламні матеріали, ми можемо зробити висновок, що вони зроблені дуже майстерно. Такі макети притягують увагу і змушують згадати своє дитинство. Вони виконані у стилі картонних театральних

декорацій, що додає роботам багатшаровості і глибини.

Основною цільовою аудиторією є батьки, а в особистості матері, що піклуються про харчування своїх дітей і намагаються зробити його максимально корисним.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ ТМ «ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ»

2.1 Етапи рекламної кампанії

Планування рекламної кампанії є ключовим етапом у її створенні.

За його допомогою ми встановимо послідовність виробництва і завантаження матеріалів, цілі, завдання та найліпший можливий варіант кампанії. Враховуючи аналіз рекламної діяльності підприємства та цільову аудиторію, рекламна кампанія складається з таких етапів:

- Розробка нових матеріалів для соціальних мереж бренду є важливим кроком для підтримки існуючої аудиторії і залучення нових споживачів
- Розробка рекламних матеріалів з висвітленням переваг бренду та виділенням його серед конкурентів
- Складання медіаплану задля покращення ефективності роботи рекламних стратегій
- Залучення споживачів за допомогою цікавих візуальних матеріалів і інтерактивних постів.

Цей план дозволить покращити рекламні стратегії та оцінити ефективність впроваджених заходів за допомогою оцінки зворотного зв'язку.

2.2 Розробка медіаплану для ТМ «Яготинське для дітей»

Правильний підхід до розробки рекламної кампанії першочергово включає в себе створення медіаплану та впровадження низки заходів для досягнення потрібного результату. Створення такої таблиці допоможе нам розрахувати бюджет, визначити конкретні види рекламних матеріалів, які максимально допоможуть нам у досягненні бажаного результату, та період

часу завантаження/встановлення.

Таблиця 2.1

Вид реклами	Місце розміщення	Бюджет	Час оприлюднення	Зворотній зв'язок	Кількість одиниць
Пост у Інстаграм з запрошенням на тематичний захід до дня молока	Інстаграм	100 грн	20 березня, тому що 1 червня-всесвітній день молока	Кількість залучених споживачів і споживачів, що прийдуть на захід	1 шт
Рекламний ролик номер 2	Телебачення, таргетована реклама в Ют्यूбі	25.000 грн	Протягом усього часу	Кількість залучених споживачів	1 шт
Пост у Інстаграм до дня родини	Інстаграм	300 грн	8 липня в український день родини	Кількість залучених споживачів	1 шт
Інстаграм-історія із маскотом та серфінг дошкою	Інстаграм	200 грн	Протягом літнього періоду	Кількість залучених споживачів	3 шт
Інстаграм-історія з зірками	Інстаграм	200 грн	24 серпня, у день падаючої зірки	Кількість реакцій, коментарів, залучення аудиторії	1 шт
Рекламний білборд	Інстаграм	180000 грн	Протягом двох місяців	Кількість залучених споживачів.	5 шт
Інтерактив	Інстаграм	200 грн	Протягом усього	Кількість реакцій,	1шт

ний інстаграм- пост			часу	коментарів, залучення авдиторії	
Рекламний ролик номер 2	Телебачення, таргетована реклама в Ют्यूбі	20000грн	Протягом усього часу	Кількість залучених споживачів	1 шт
Білборд	Вулиця	570000 грн	Протягом одного місяця	Кількість залучених споживачів	3 шт
Інстаграм- історія у зимньому стилі	Інстаграм	200 грн	Наприкінці осені-на початку зими	Кількість залучених споживачів	1 шт

Наведений медіаплан включає зовнішню рекламу та рекламу для соціальних мереж.

Вартість друку трьох білбордів стандартного розміру 3 х 6 метрів, що друкуються на папері Blueback становить 1140 грн

Оренда білборду коштує 4500-10000 грн, в залежності від місця розташування [5]

Вартість друку п'яти білбордів становить 1800 [6]

Ціна за створення рекламного ролику 25000-35000 грн[7]

Вартість написання інстаграм-посту складає 85 грн. Для рекламної кампанії достатнім буде 18 постів (3 на місяць). [8] [9]

Отже, загальна вартість складає 1903600 грн.

Для кваліфікаційної роботи було створено такі макети:

- 1) Пост у соціальні мережі;
- 2) Другий пост у соціальній мережі
- 3) Банер зовнішньої реклами;
- 4) Другий банер зовнішньої реклами;

- 5) Запрошення на тематичний захід;
- 6) Сторіс для таргетованої реклами у соціальній мережі Instagram;
- 7) Друга сторіс для таргетованої реклами у соціальній мережі Instagram;
- 8) Третя сторіс для таргетованої реклами у соціальній мережі Instagram;
- 9) Сценарій рекламного ролика;
- 10) Другий сценарій рекламного ролика;

2.3 Пост для Інстаграму

Найперший макет (Рис.2.1) – пост у соціальній мережі. Так як остання публікація була з зображенням дитини, то ця буде графічною з зображенням товару [10]. Таким чином буде підтримуватися фірмовий стиль ТМ «Яготинське для дітей». Для цього зображення було використано фото товару, а також додано маскота бренду – корівку. Макет оформлено таким чином, наче упаковки з кашею ховаються в кущах і їх шукає намальована корівка:

Використовуючи фірмові кольори бренду і різноманітні графічні елементи, вдалося досягти схожого на театральний сценічний пейзаж ефекту.



Рис.2.1. Зображення для посту в соціальній мережі

Також до зображення було написано короткий текст, так як він завжди використовується на сторінках у соціальних мережах:

«Привіт, малюки!

Зараз мені потрібна ваша допомога

Я не можу знайти мій улюблений перекус—молочну кашу

Допоможіть мені знайти його і пишіть свою відповідь у коментарях».

2.4 Банер зовнішньої реклами

Тепер перейдемо до створення банера зовнішньої реклами (Рис.2.2). Тут також було використано зображення фірмової корівки та товару. Обіграно це все у графічному стилі. Додавши на задній план контрастні об'єкти, було створено ілюзію глибини. Зображення у такому стилі було створено спеціально, для того щоб привернути увагу цільової аудиторії – дітей

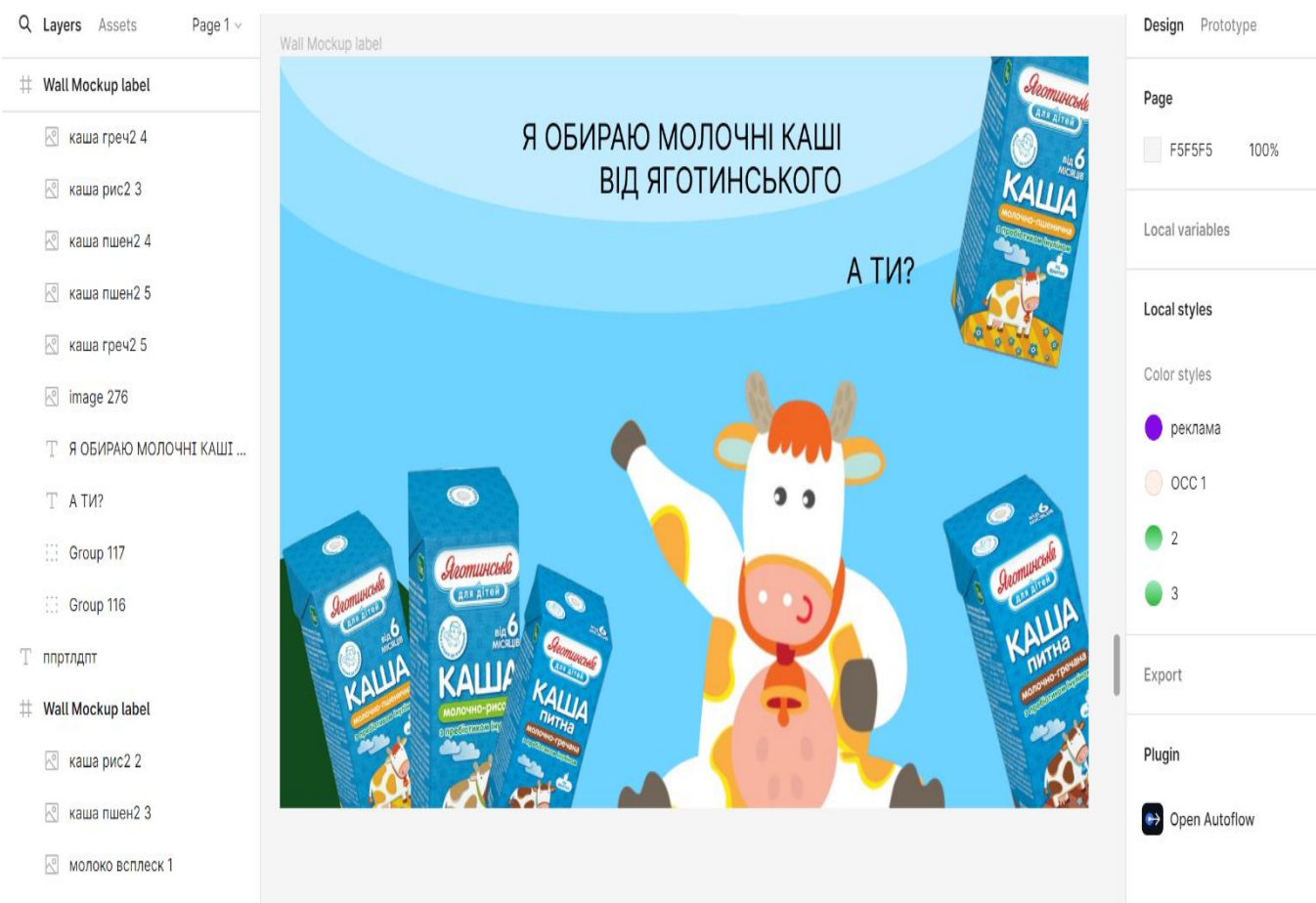


Рис.2.2. Макет банера зовнішньої реклами

2.5 Запрошення на тематичний захід

Наступним макетом було розроблено запрошення на тематичний захід (Рис.2.3) [11]. Це запрошення було створене спеціально до заходу для дітей, де б «Яготинське для дітей» виступило б організатором. Головним смаколикком на заході будуть молочні каші, а сам захід буде називатись: «молочна вечірка».

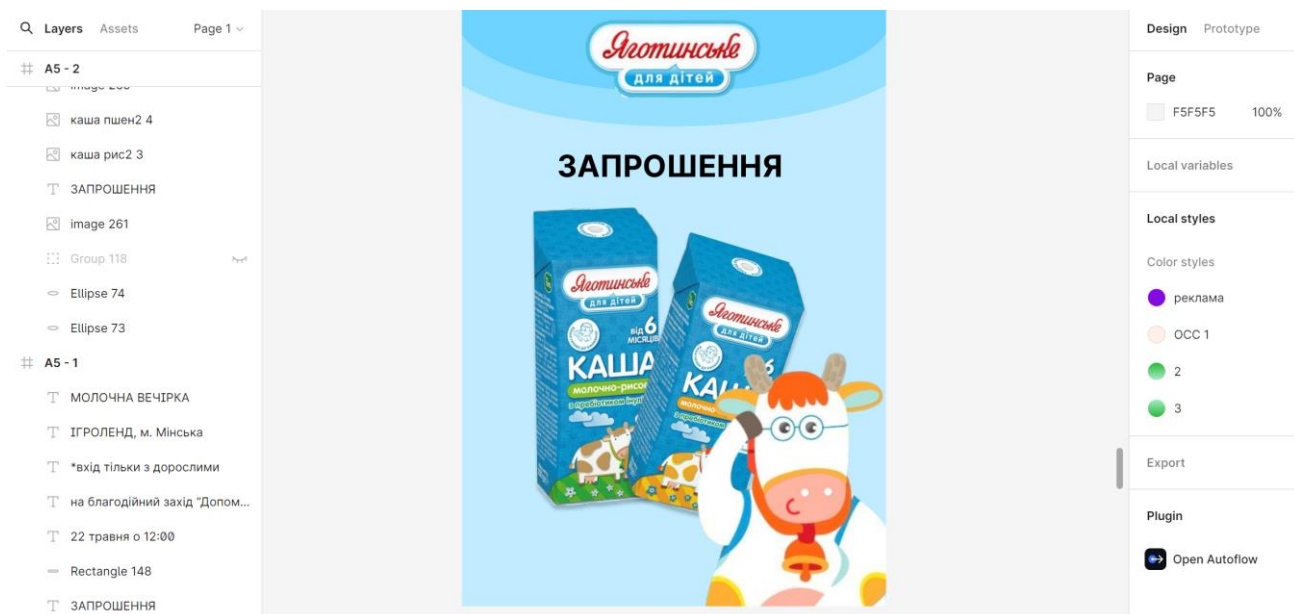


Рис.2.3. Макет запрошення на тематичний захід

2.6 Інстаграм сторіс для бренду

Продовжимо тематику минулих дизайнів, оскільки продукція спрямована на дітей та їхніх батьків. Така категорія споживачів більше звертатиме увагу на кольорові зображення з мультиплікаційними елементами.

Далі було створено сторіс для таргетованої реклами в соціальну мережу Instagram (Рис.2.4). Вона також виконана у яскравому стилі, також було зроблене зображення, наче маскот (корівка) п'є молочну кашу і буквально не може від неї відірватись. Навіть займаючись активним видом спорту, корівка не випускає продукту з рук. Цей макет добре резонує з головною ідеєю продукту «швидко нагодувати активного малюка». Також на цей макет було

додано графічні елементи, щоб підкреслити головну ідею реклами.

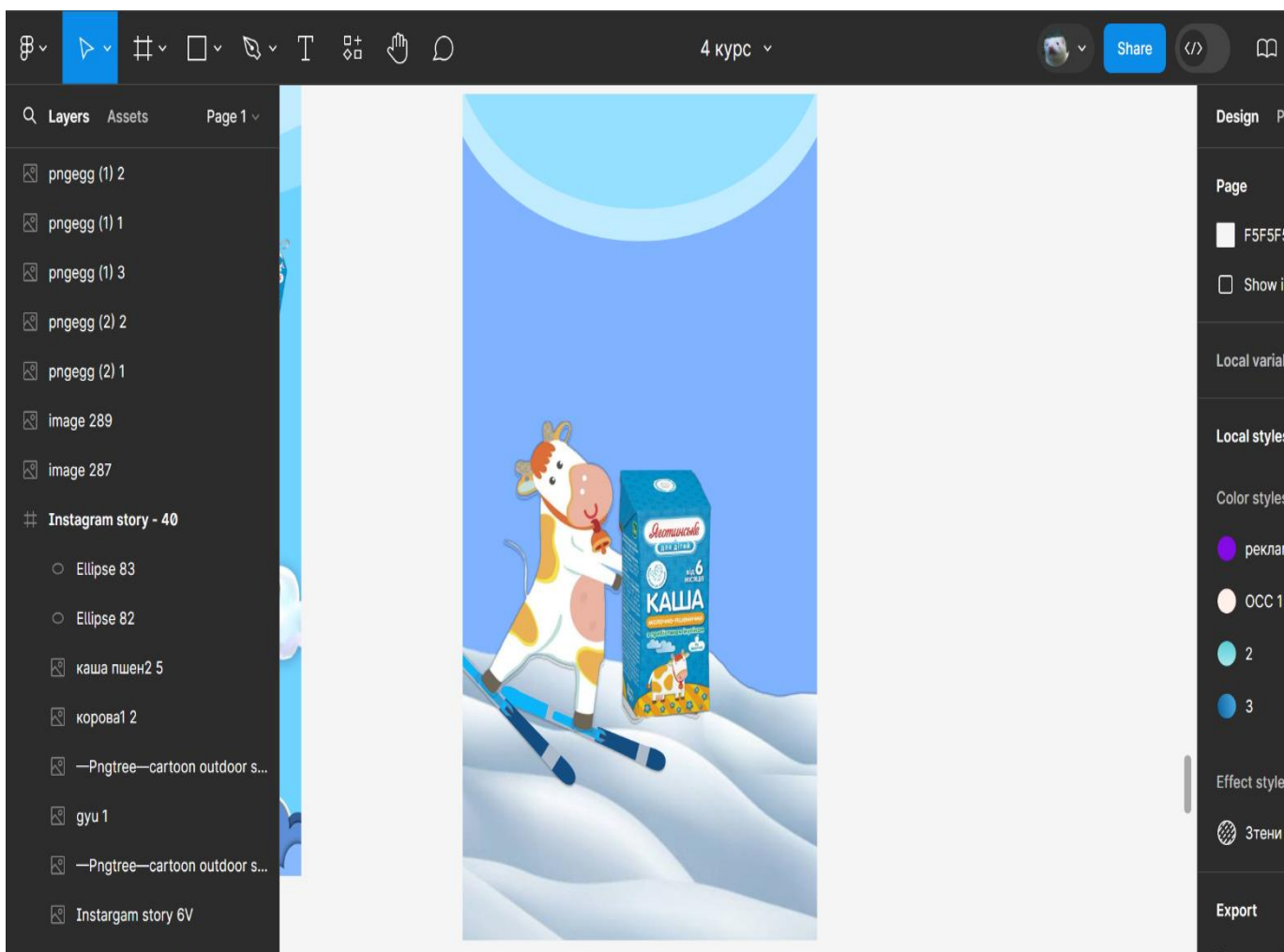


Рис.2.4. Макет рекламного сторіс для ТМ «Яготинське для дітей»

2.7 Друга інстаграм сторіс для бренду

Після цього було створено ще одну сторіс для інстаграму (Рис.2.5). Головною ідеєю було зробити «наш продукт дорогоцінним». Метафора з падаючими зірками, але з використанням молочної каші. Головною ідеєю мокапу є гра с образами і маленька маніпуляція батьками: «якщо любиш свою дитину, дістанеш їй цю кашу». Матеріал було створено з поєднанням брендкових кольорів і різноманітних графічних елементів.

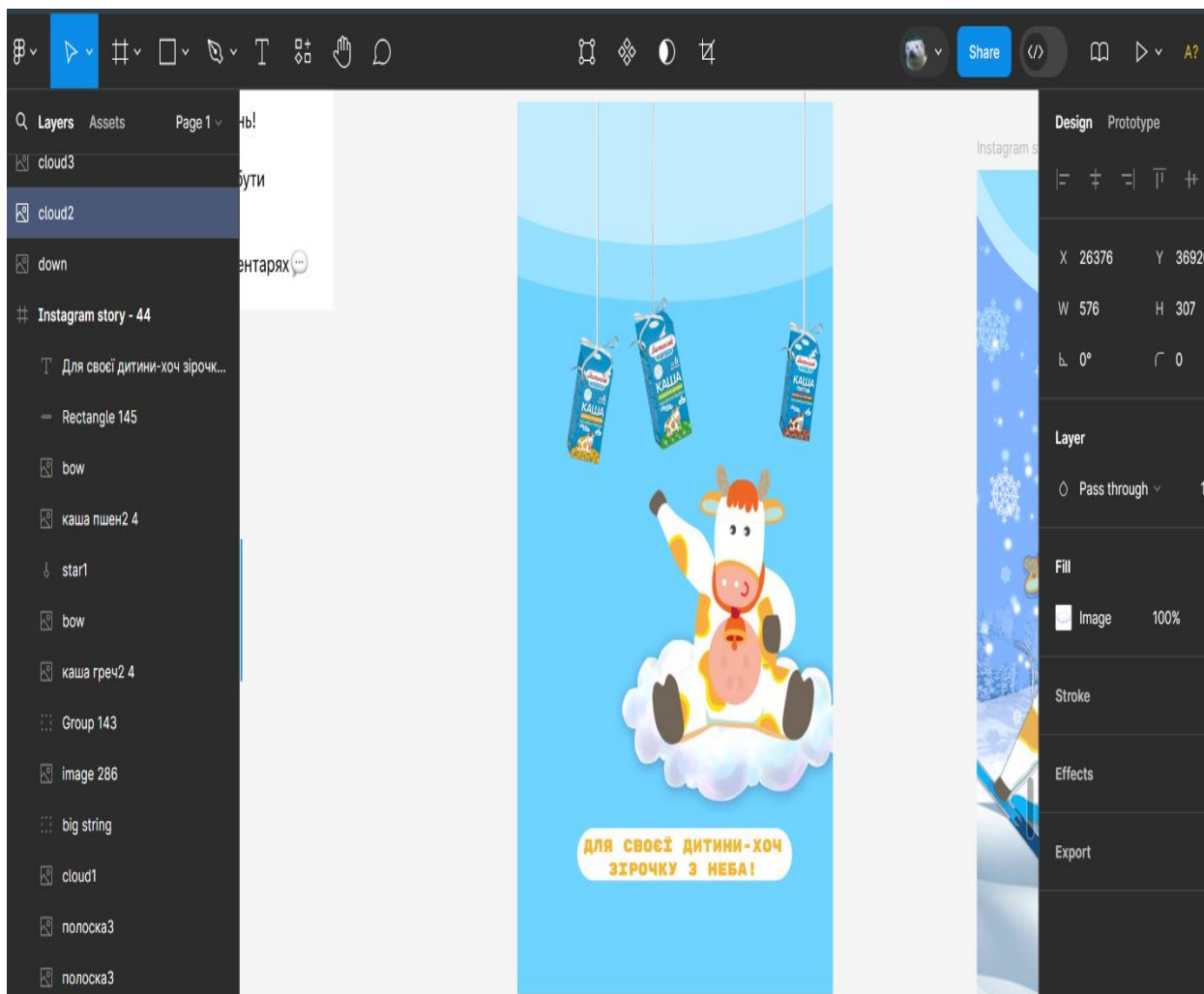


Рис.2.5. Макет рекламного сторіс для ТМ «Яготинське для дітей»

2.8 Пост для Інстаграму

Наступним макетом було створено пост для інстаграму (Рис.2.6). Головною ідеєю було створення асоціативного ряду “смачно, як в дитинстві”. На мокап було додано маскота, графічні елементи, фірмові кольори і саму кашу. Для посилення ефекту референції на дитинство покупців (батьків) було додано етнічні фіранки, дерев’яну підлогу, віконну раму і тарілки, в якості декору.



Рис.2.6. Зображення для посту в соціальні мережі

2.9 Рекламний білборд

У цьому макеті (Рис.2.7) були використані фірмові кольори в різних поєднаннях, трава і зелена поляна немовби натякають на натуральність нашого продукту. У маскота на цьому зображенні набагато більше рук, ніж повинно бути, але ці руки йому потрібні, щоб схопити всі ці смачнючі каші, що левітують в повітрі.

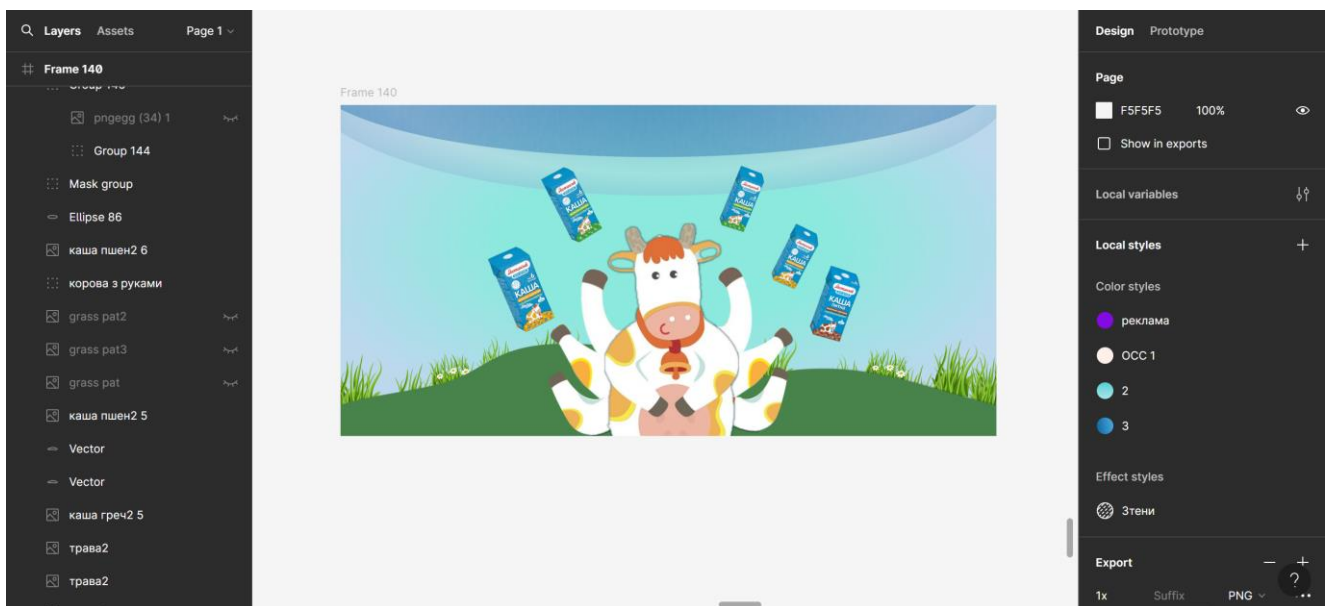


Рис.2.7. Макет для рекламного білборда

2.10 Сценарій рекламного ролика

Останнім етапом створення рекламної кампанії стало написання сценаріїв рекламних роликів [12]. Вони не повинні бути задовгими, але повинні затримати увагу цільової аудиторії і запам'ятатися їм.

Тому було створено такий сценарій (Таб. 2.2), де описаний сам ролик, який помістили у таблицю:

Таблиця 2.2.

Сцена	Візуал	Аудіо
1	Діти граються на майданчику, бігають, сміються.	Пам'ятаєте, як у дитинстві ви ласували смачною молочною кашею?
2	Мама дістає з сумки "Яготинське для дітей" і подає дитині. Дитина: (з задоволенням п'є напій)	Дитина каже: Ммм, як смачно! Голос за кадром: Це не просто смачний напій, це джерело сил та енергії для ваших маленьких дослідників.
3	Діти грають футбол, катаються на велосипедах, лазять по деревах.	"Яготинське для дітей" виготовлене з натурального молока, без штучних барвників та консервантів.
4	Мама з дитиною на кухні, вони разом готують кашу "Яготинське для дітей".	Це не лише смачно, але й корисно.
5	Діти з друзями п'ють каші із фірмових пакувань "Яготинське для дітей" та сміються.	Це смак щасливого дитинства. "Яготинське для дітей" - смачно, корисно, весело!

2.11 Другий сценарій рекламного ролика

Другий сценарій рекламного ролика (Таб 2.3) був натхнений вже існуючими рекламними роликами від Яготинського для дітей [13]. Головні

особливості цього сценарію це: яскравий візуал, креативна подача аудіо у віршах. Відеореклама, знята за цим сценарієм, точно запам'яється глядачам. Нижче описано сам ролик і поміщено його у таблицю:

Таблиця 2.3.

Сцена	Візуал	Аудіо
1	Дитячі руки відкривають блакитний альбом у твердій палітурці, на якій зображено логотип «Яготинського» При розгортанні альбому в кадрі, застосовуються візуальні ефекти, зірочки, сердечки, сплески, яскраві барви, маленькі молочні пляшечки, ложечки, і упаковки з кашею (це буде додано за допомогою комп'ютерної графіки)	Надалі все читається дитячим голосом: Яготинське для дітей Це нові можливості для класних ідей!
2	В кадрі тільки альбом з чистими аркушами, різнокольорові олівці і руки дитини. Дитина малює дітей з батьками, дітей з іграшками, м'ячем і дітей на маленьких горках дитмайданчику.	Вони веселі, енергійні й активні І це- те що треба маленькій дитині!
3	Тут і надалі, сторінка перегортається сама собою, немовби це магія. Дитина малює трохи засмученого хлопчика, що зголоднів. Від його живота йдуть рисочки, умовно, показуючи голод. На задньому плані ми можемо бачити дерева, це натякає, що дії відбуваються в парку.	Але як втамувати голод невпинний На задньому плані чуємо буркотіння в животі.
4	Дитина малює велику каструлю каші, з якої йде пар.	Каша добра, корисна й свіжа Для малечі- краща їжа!
5	Дитина схематично малює упаковку з гречяною кашею, потім з пшеничною, і потім з рисовою. Ці кадри швидко змінюються в стоп-моушн стилі. При появленні нової каші в кадрі,	Пропонуєм на вибір 3 види злаків Пшоно, рис і гречка для ваших маляток!

	застосовуються візуальні ефекти, зірочки, сердечки, сплески, яскраві барви (це буде додано за допомогою комп'ютерної графіки)	
6	Дитина малює хлопчика зі сцени 3. Батьки простягають йому молочну кашу «Яготинське», хлопчик усміхається. Батьківські фігури зображені по груди, дитина- в повний ріст. На задньому плані бачимо дерева	Перекус натуральний, молочний, корисний І будь-де можна спокійно поїсти.
7	Дитина малює сцену 6, але з перспективи батьків. Тепер ми бачимо їх по груди, бачимо їх усміхнені обличчя. Кадр швидко змінюється в стоп-моушн стилі. Тепер вони нам підморгують. При підморгуванні, застосовуються візуальні ефекти, такі як: маленькі зірочки і спалахи у вигляді рисочок (це буде додано за допомогою комп'ютерної графіки)	Із силою злаків готуємо кашу, Складні вуглеводи – і нуль вашого часу!
8	Дитина малює щасливого хлопчика, що п'є кашу, на животі у нього намальовано серце	А для найкращих в травленні змін, Ми додали пребіотик інулін!
9	Блакитний екран з логотипом Яготинського для дітей, застосовуємо ті самі візуальні ефекти, що і в першому кадрі, тим самим, робимо кільцеву композицію.	Яготинське для дітей-мабуть найкраще, що зробили дорослі.

2.12 Готові макети рекламної кампанії ТМ «Яготинське для дітей»

Після розробки початкових макетів рекламної кампанії для ТМ «Яготинський маслозавод. Яготинське для дітей», у цьому розділі буде описано та показано ті деталі, які були покращенні.

Розпочнемо з покращень першого пункту – пост у соціальні мережі

(Рис.2.8) . Він був покращений додаванням різного роду текстур, таким чином зробивши зображення яскравішим та цікавішим для сприйняття:



Рис.2.8. Зображення для посту в соціальні мережі

Також було змінено текст і додано до нього емодзі, щоб він не виглядав пусто:

«Привіт, малюки! 🙌

Зараз мені потрібна ваша допомога🙏

Я не можу знайти мій улюблений перекус–молочну кашу 🍲 🍼

Допоможіть мені знайти його і пишть свою відповідь у коментарях 🏠».

Після чого, було об'єднано текст та зображення в мокап (Рис.2.9) для того, щоб бачити, як вони виглядатимуть разом,



Рис.2.9. Мокап посту в Instagram

Далі було доопрацьовано банер зовнішньої реклами (Рис.2.10). Змінено зображення, додано більше графічних елементів, таких як: молочні сплески, галявина на задньому плані і орнамент. Також було змінено шрифт і обіграно його:



Рис.2.10. Зображення банера для зовнішньої реклами

А також зображення було поміщено на мокап настінного білборда (Рис.2.11) для того, щоб бачити, який воно матиме вигляд у реальному житті:



Рис.2.11. Мокап банера для зовнішньої реклами

Далі було покращено запрошення на тематичний захід (Рис.2.12). Додано більше елементів, а також змінено текст і додано більше інформації про сам захід, концепція якого провести молочну вечірку для дітей, де будуть

представлені продукти ТМ «Яготинське для дітей», в тому числі молочні каші.

Вечірка буде приурочена до міжнародного дня молока:



Рис.2.12. Листівка-запрошення на захід від ТМ «Яготинське для дітей»

Таким чином було покращено сторіс для таргетованої реклами в соціальній мережі Instagram (Рис.2.13). Були додані яскраві графічні елементи, що підкреслюють задумку з активним відпочинком і швидким перекусом.

Такі елементи як: дошка для серфінгу, молочна хвиля і блакитний еліпс, посилюють референс на морські хвилі, і перегукуються з головною метою продукту: « втамувати голод після активного відпочинку дитини». Також, зміст картинки підходить до слогану, корівці настільки важко відірватись від улюбленого напою, що вона п'є його, навіть серфінгуючи.



Рис.2.13. Рекламна сторіс для ТМ «Яготинське для дітей»



Рис.2.14. Мокап рекламного сторіс для Інстаграму
Для кращого розуміння того, як це виглядатиме в житті, зображення
було поміщено на мокап сторісу в Instagram (Рис.2.14) .



Рис.2.15. Рекламна сторіс для ТМ «Яготинське для дітей»

На цьому мокапі (Рис.2.15) ми бачимо продовження ідеї активного відпочинку. Наш маскот-корівка, катається на лижах у засніжених горах, але все ще не може відірватись від молочної каші. Поповнюючи запас сил, вона продовжує спускатись вниз по горі. З графічних елементів було додано: багат шаровості кучугурам снігу, ялинки на задній план, сніжинки, слоган компанії і її логотип.



Рис.2.16. Мокап рекламного сторіс для ТМ «Яготинське для дітей»

Для кращого розуміння того, як це виглядатиме в житті, зображення було поміщено на мокап сторісу в Instagram (Рис.2.16) .



Рис.2.17. Рекламна сторис для ТМ «Яготинське для дітей»

Тут (Рис.2.17.) було вирішено посилити ідею за допомогою деяких елементів. До цієї ідеї були додані зірки і хмаринки. Ці графічні елементи посилюють метафору «наш продукт є дорогоцінним». Також були додані хмаринки, на котрих сидить корівка. Головною ідеєю мокапу є гра з образами. Маскот тягнеться за зірочками, але в руки йому падає продукт бренду. За допомогою візуальної складової було посилено маніпуляцію батьками. Від «для своєї дитини я зроблю все» до «для своєї дитини навіть зірочку з неба!»



Рис.2.18. Мокап рекламного сторіс для ТМ «Яготинське для дітей»

Для кращого розуміння того, як це виглядатиме в житті, зображення було поміщено на мокап сторісу в Instagram (Рис.2.18) .

У фінальній версії цього макету (Рис.2.19) було додано оздоблення кімнати, щоб вона виглядала більш етнічно, немовби ви опинилися в своєму дитинстві, вдома у бабусі. Також було додано визерунок на стіну, дерев'яні балки і полицку з кухонними принадами. В якості типового українського

декору було додано тарілки на стіну. Для посилення вказаного вище ефекту, обітнуто молочні бризки і упаковку з кашею так, щоб вони представляли собою єдину композицію. Також було додано хмаринку з текстом “Поділіться смаком вашого дитинства!” Корівка у фінальній версії виглядає з вікна, немовби її привабив аромат каші.

Тематика цього рекламного матеріалу – теплі спогади про дитинство. Тому цей пост був приурочений до дня родини.



Рис.2.19. Пост в інстаграмі

У фінальній версії цього макета (Рис.2.19) було додано оздоблення кімнати,

Також мною було додано текст з використанням емодзі:

Привіт, любі 🤝

Ми знаємо, наскільки цей день важливий для вас 👁️

День сім'ї- це ще одна нагода вшанувати сімейні традиції

Поділіться в коментарях улюбленим сніданком вашого дитинства 🍳 🍼 🧒



Рис.2.20. Мокап посту в Instagram

Для кращого розуміння того, як це виглядатиме в житті, зображення було поміщено на мокап сторісу в Instagram (Рис.2.20) .

У маскота на цьому зображенні набагато більше рук, ніж повинно бути, але ці руки йому потрібні, щоб схопити всі ці смачнючі каші, що левітують в повітрі. На зображення було додано багато графічних елементів, наприклад, візерунок на зелене поле, молочні бризки й текст. У тексті обіграно відомий фразеологізм: «без ___ як без рук» [14].



Рис.2.21. Рекламний банер

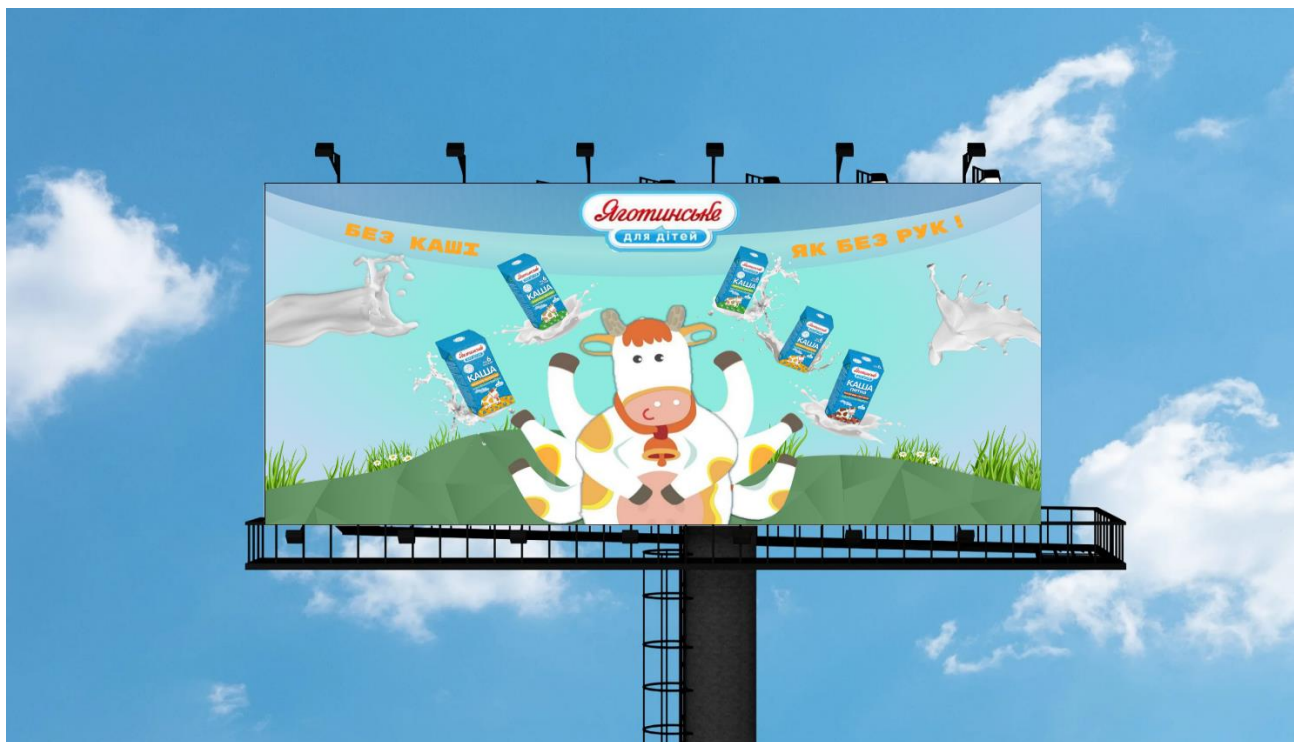


Рис.2.22. Мокап рекламного банеру для ТМ «Яготинське для дітей»

Для кращого розуміння того, як це виглядатиме в житті, зображення було поміщено на мокап сторісу в Instagram (Рис.2.22) .

Виправлені сценарії рекламних роликів знаходяться нижче (Таб.2.4; Таб 2.5)

Таблиця 2.4.

Сцена	Візуал	Аудіо
1	Діти катаються на скейтбордах, стрибають з гірок, кидають м'яч один одному	Хочете, щоб дитинство ваших дітей було таким же веселим та безтурботним, як в улюблених мультфільмах? Тоді дайте їм "Яготинське для дітей"!
2	Мама дістає з сумки "Яготинське для дітей" і подає дитині. Дитина: (з задоволенням п'є кашу)	Ніжний вершковий смак з міксом вітамінів і пробіотиків саме те, що потрібно вашій дитині!
3	Діти легко піднімаються на гірку, не відчуваючи втоми. Вони довго та азартно грають у футбол. Їм вистачає сил на екскурсії, подорожі та інші пригоди.	З "Яготинським для дітей" ваші діти завжди будуть у тонусі, готові до нових звершень!
4	Сімейний пікнік на природі. Вечірка з друзями. Подорож на велосипедах.	Це не просто молочна каша, це частина щасливого дитинства!
5	Показати щирі емоції дітей: <ul style="list-style-type: none"> • Вони обіймаються з друзями. • Дякують батькам за смачний перекус. Радісно танцюють.	"Яготинське для дітей" смак щирої радості!.

До цього сценарію були внесені деякі зміни. Була придумана ще одна сцена з аудіо-матеріалами, а також до кожної сцени були додані звуки на задній план. Таким чином, реклама стає більш вишуканою, і глядачам буде легше повірити в розказану історію і проникнутись нею.

Таблиця 2.5.

Сцена	Візуал	Аудіо
1	<p>Дитячі руки відкривають блакитний альбом у твердій палітурці, на якій зображено логотип «Яготинського»</p> <p>При розгортанні альбому в кадрі, застосовуються візуальні ефекти, зірочки, сердечки, сплески, яскраві барви, маленькі молочні пляшечки, ложечки, і упаковки з кашею (це буде додано за допомогою комп'ютерної графіки)</p>	<p>Надалі все читається дитячим голосом:</p> <p>Яготинське для дітей</p> <p>Це нові можливості для класних ідей!</p>
2	<p>В кадрі тільки альбом з чистими аркушами, різнокольорові олівці і руки дитини.</p> <p>Дитина малює дітей з батьками, дітей з іграшками, м'ячем і дітей на маленьких гірках дитмайданчику.</p> <p>Процес малювання завжди буде показано прискорено.</p>	<p>Вони веселі, енергійні й активні</p> <p>І це- те що треба маленькій дитині!</p> <p>Додаємо дитячий сміх і звук удару по м'ячу на задній план.</p>
3	<p>Тут і надалі, сторінка перегортається сама собою, немовби це магія.</p> <p>Дитина малює трохи засмученого хлопчика, що зголоднів. Від його живота йдуть рисочки, умовно, показуючи голод.</p> <p>На задньому плані ми можемо бачити дерева, це натякає, що дії відбуваються в парку.</p>	<p>Але як втамувати голод невпинний</p> <p>Коли поряд нема що поїсти?</p> <p>На задньому плані чуємо буркотіння в животі.</p>
4	<p>Дитина малює велику каструлю каші, з якої йде пар.</p>	<p>Каша добра, корисна й свіжа</p> <p>Для малечі- краща їжа!</p> <p>На задньому плані ми чуємо, як кришка постукує по каструлі і звуки каші, що вариться.</p>
5	<p>Дитина схематично малює упаковку з гречневою кашею, потім з пшеничною, і потім з рисовою.</p> <p>Ці кадри швидко змінюються в стоп-моушн стилі.</p>	<p>Пропонуем на вибір 3 види злаків</p> <p>Пшоно, рис і гречка для ваших маляток!</p> <p>На задньому плані чуємо як</p>

	При появленні нової каші в кадрі, застосовуються візуальні ефекти, зірочки, сердечки, сплески, яскраві барви (це буде додано за допомогою комп'ютерної графіки)	упаковка з кашею пересувається по столу.
6	Дитина малює хлопчика зі сцени 3. Батьки простягають йому молочну кашу «Яготинське», хлопчик усміхається. Батьківські фігури зображені по груди, дитина- в повний ріст. На задньому плані бачимо дерева	Перекус натуральний, молочний, корисний І будь-де можна спокійно поїсти. На задньому плані ми чуємо шелест дерев
7	Дитина малює сцену 6, але з перспективи батьків. Тепер ми бачимо їх по груди, бачимо їх усміхнені обличчя. Кадр швидко змінюється в стоп-моушн стилі. Тепер вони нам підморгують. При підморгуванні, застосовуються візуальні ефекти, такі як: маленькі зірочки і спалахи у вигляді рисочок (це буде додано за допомогою комп'ютерної графіки)	Із силою злаків готуємо кашу Складні вуглеводи і нуль вашого часу! На задньому плані чуємо легенький дзвін при підморгуванні.
8	Дитина малює щасливого хлопчика, що п'є кашу, на животі у нього намальовано серце	А для найкращих в травленні змін Ми додали пребіотик інулін!
9	Дитина, що малювала увесь цей час, закриває альбом, камера повертається на неї, і ми бачимо, що це хлопчик теж п'є молочну кашу від «Яготинського», за його спиною ми бачимо батьків, що починають посміхатися, коли помічають камеру	Легко і просто годуємо дитину Користь і радість для всієї родини! На задньому плані ми чуємо як дитина п'є кашу через трубочку
10	Блакитний екран з логотипом Яготинського для дітей, застосовуємо ті самі візуальні ефекти, що і в першому кадрі, тим самим, робимо кільцеву композицію.	Яготинське для дітей-мабуть найкраще, що зробили дорослі. На задньому плані чуємо фірмову мелодію бренду.

ВИСНОВКИ

Отже, під час виконання кваліфікаційної роботи було проведено роботу з ТМ «Яготинське для дітей» проаналізовано рекламну діяльність підприємства та розроблено рекламну кампанію для збільшення кількості споживачів, підвищення впізнаваності та покращення іміджу бренду.

Бренд має багато переваг, серед яких можна виділити те, що продукція корисна і зручна в споживанні, бренд має креативні рекламні ролики, що легко запам'ятовуються.

Бренд має сторінку в Інстаграм і Фейсбук, на якій є власний корпоративний стиль та фірмові кольори, тому подальші креативи в межах рекламної кампанії були розроблені в тій самій стилістиці.

Основним завданням від замовника рекламної кампанії (власник закладу) було підвищення впізнаваності продукції і наповнення соціальних мереж, створення макетів реклами для соцмереж, і як наслідок, збільшення активності у соцмережах.

Перед початком роботи над рекламними макетами нами створений медіаплан.

Вирішено застосовувати такі види рекламних матеріалів, як пости в соціальні мережі, історії в Інстаграм, сценарії рекламних роликів, білборд, запрошення на захід.

Нами були розроблені рекламні матеріали в єдиному стилі з використанням існуючого логотипу та кольорів візуалу. Основними кольорами для креативів стали #62B79A (зелений) та #FFFFFF (білий). Основними шрифтами для рекламних матеріалів стfd Rubik mono one low. Усі матеріали були розроблені за допомогою платформи Figma. Ліцензовані зображення було взято з сервісу IStock.

Бюджет рекламної кампанії складає 1903600 грн., що є оптимальною ціною для кав'ярні.

Отже, вважаємо, що продуманий медіаплан та вдало обрані види

реклами дають змогу розраховувати на те, що розроблена рекламна кампанія стане ефективною.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Офіційний сайт ПРАТ «Молочний альянс». URL: <https://milkalliance.com.ua/> (дата звернення 25.05.2024)
- 2) Офіційний сайт ТМ «Яготинське для дітей». URL: <https://yagotynkids.com.ua/ua/> (дата звернення 25.05.2024)
- 3) Сторінка ТМ «Яготинське для дітей» у соціальній мережі Instagram. URL: <https://www.instagram.com/yagotynkids/> (дата звернення 25.05.2024)
- 4) Сторінка ТМ «Яготинське для дітей» у соціальній мережі Facebook. URL: https://www.facebook.com/yagotynkids/?locale=ua_UA (дата звернення 25.05.2024)
- 5) Білборди <https://freeprint.com.ua/ua/p737962533-bilbordy-blyubek.html> (дата звернення 25.05.2024)
- 6) Оренда Білбордів ціна. URL: <http://surl.li/uoyox> (дата звернення 25.05.2024)
- 7) Сайт з ціною за рекламний ролик. URL: <https://cinema-friends.com.ua/blog/how-much-does-it-cost-to-make-a-promotional-video/> (дата звернення 25.05.2024)
- 8) Сайт з ціною на створення постів для соціальних мереж. URL: yambus.com.ua/poslugi-ta-tsini/kopirajting-dlya-instagram/ (дата звернення 25.05.2024)
- 9) Сайт з ціною на рекламний пост для Instagram. URL: ifish.com.ua/ua/tsiny-na-ppc/ (дата звернення 25.05.2024)
- 10) Стаття про створення контенту. URL: <https://sendpulse.ua/blog/promotion-post-on-instagram> (дата звернення 25.05.2024)
- 11) Стаття про створення контенту. URL: <https://wave.video.ua/blog/instagram-story-ads/> (дата звернення 25.05.2024)

12) Стаття про написання сценарію до рекламного ролика. URL: <https://mavr.ua/ua/kak-napisat-stsenariy-dlya-videorolika/> (дата звернення 25.05.2024)

13) Посилання на відеорекламу ТМ «Яготинське для дітей». URL: <https://youtu.be/rZMbPk3yC5o?si=MvkAIWxSWUQ4VFOa> (дата звернення 25.05.2024)

14) Сайт із фразеологізмами. URL: <https://dovidka.biz.ua/frazeologizmi-zi-slovom-ruka/> (дата звернення 25.05.2024)