# Nascita di una campagna pubblicitaria

Un Brief, Un Budget, Un Target perchè:

*Ogni giorno è un giorno* MANAS

**Francesca Virgili – Mirus Marche**

# Nascita di una campagna pubblicitaria

## Come nasce un visual

- Il Brief e i rapporti tra Azienda e Agenzia
- La creazione delle proposte
- La presentazione
- La produzione

# Come nasce un visual - Il Brief

Obiettivo di marketing

Strategia di comunicazione

Target

Promessa

Reason why

Tone of voice

Strumenti

# Come nasce un visual – Le proposte

- Il brief
- Il brainstorming
- Primi visual
- La funzione del copywriter

# Come nasce un visual – La presentazione

# Come nasce un visual – La produzione

- Lo shooting (multisoggetto)
- I formati (chi li stabilisce)
- I fotoritocchi (chi li realizza)
- Gli impianti (chi li produce e li invia)

# Come nasce un visual – La produzione

# Come nasce un visual – La produzione

# Come nasce un visual – La produzione

# Nascita di una campagna pubblicitaria

## Come si veicola la campagna

- Il Budget (prima del target?)
- Il Target (insieme di individui bersaglio divisi per fasce d'età)
- Media planning (Readership, copertura netta, diffusione)
- La valutazione (GRP – indice di pressione pubblicitaria – penetrazione x frequenza)

# Il Piano Media

| EDITORE | TESTATA | NUMERO FASCICOLO |
|---|---|---|
| MONDADORI | GRAZIA | 8 - 9 - 12 - 17 |
| | DONNA MODERNA | 8 - 9 - 15 |
| | CHI | 12 -16 |
| | TU STYLE | 8 - 9 - 13 |
| CONDENAST | VANITY FAIR | 7 - 9 - 11 - 13 |
| | GLAMOUR | Febbraio |
| | GLAMOUR DETAILS + STYLE.IT | Marzo |
| | VOGUE SHOPPING | Febbraio |
| | VOGUE | Marzo |
| HACHETTE | MARIE CLAIRE ACCESSORI | Marzo |
| | MARIE CLAIRE | Marzo |
| | ELLE | Febbraio |
| RCS | IO DONNA | 8 - 10 - 14 |
| MANZONI | D LA REPUBBLICA DELLE DONNE | 730 - 733 - 737 |
| QN | QN | Marzo - Aprile |
| CLASS | M FASHION | 8 Marzo |
| | CLASS | Febbraio |

MEDIA

# Nascita di una campagna pubblicitaria

## La comunicazione nel tempo

- Il ciclo di vita del prodotto (stagionalità)
- L'immagine coordinata (catalogo+cart. vetrina)
- Le azioni di sostegno (affissione, radio, web)

# Nascita di una campagna pubblicitaria

## L’immagine coordinata

# Nascita di una campagna pubblicitaria

NON DITE A MIA MADRE CHE FACCIO IL PUBBLICITARIO…

LEI MI CREDE PIANISTA IN UN BORDELLO

Jacques Séguéla – 1986