.........................................................

Pieczęć Wykonawcy

**Opis koncepcji kreatywnej i strategicznej kampanii**

wraz zharmonogramem działań wynikających z koncepcji kampanii wskazujących konkretne narzędzia marketingowe, media plany, terminy i zakładane mierniki efektywności kampanii w celu umożliwienia dokonania oceny oferty z zastosowaniem kryterium: Koncepcja kampanii

1. **Cele kampanii:**
2. **Wykorzystanie elementu koncepcji strategicznej kampanii:**
3. **Internet: (opis wyboru narzędzi, czasu emisji, sposobu prezentacji, liczby nośników, częstotliwości itp.)**
4. **Radio: (opis wyboru narzędzi, czasu emisji, sposobu prezentacji, liczby nośników, częstotliwości itp.)**
5. **Prasa: (opis wyboru narzędzi, czasu emisji, sposobu prezentacji, liczby nośników, częstotliwości itp.)**
6. **Outdoor: (opis wyboru narzędzi, sposobu prezentacji, liczby nośników, częstotliwości itp.)**
7. **Koncepcja wykorzystania gadżetów promocyjnych:**
8. **Sposób osiągnięcia założeń dotyczących zasięgu kampanii:**
9. **Proponowane dodatkowe sposoby dotarcia do mieszkańców woj. kujawsko-pomorskiego: (Opis dodatkowych działań oraz narzędzi/kanałów poza wymienionymi w SOPZ, które Wykonawca zamierza zrealizować w ramach kampanii)**
10. **Harmonogram realizacji poszczególnych działań, określający m.in. daty emisji i długość trwania poszczególnych narzędzi – przedstawiony w formie tabeli.**
11. **Rezultaty kampanii:**