**БРИФ ДЛЯ ЗАКАЗА КРЕАТИВНЫХ УСЛУГ**

**1. Информация о компании**

|  |  |
| --- | --- |
| Краткая информация о вашей компании | Ensto является международным производственным концерном финского происхождения. Поскольку наш бизнес является семейным, мы строим наши долгосрочные отношения на потребностях клиентов, доверии и на принципах защиты окружающей среды. Именно потребности клиентов позволяют нам находить правильные решения для придания дополнительной ценности бренду Ensto. Наши надежные комплексные решения разработаны с учетом настоящих и будущих потребностей. Среди наших клиентов - производители электрических и электронных изделий, дистрибьюторы, оптовые, монтажные и дизайнерские организации. Целью нашей деятельности является создание прочных доверительных отношений с нашими клиентами.Три бизнес подразделения:Ensto Utility Networks - Комплектующие для Линий Электропередач – это надежные решения, ориентированные на минимальный уровень потерь в области электроэнергии с целью сохранения окружающей среды.Ensto Enclosures and Components - Электрошкафы и Компоненты - продукты и решения, специально разработанные под требования промышленных предприятий.Ensto Building Technology - Электрификация Зданий - уникальные решения в области интергрированных строительных технологий.Web [www.ensto.ru](http://www.ensto.ru)  [www.ensto.com](http://www.ensto.com)  |
| Краткое описание товаров/услуг, предлагаемых вашей компанией  | Указываем только продукты, для которых нужна рекламная кампания:* Системы электрического отопления пола,
* системы антиобледенения,
* электрические конвекторы
 |
| Существующее название компании (если оно есть) | Бренд ENSTO |
| Основное назначение ваших товаров/услуг  | Создание комфортного микроклимата в помещениях (отопление), увеличение уровня безопасности (системы антиобледенения). |
| Ситуации потребления ваших товаров/услуг | Сезонное (осень, зима, ранняя весна) |
| Место потребления товаров/услуг  | Сетевые ритейловые магазины K-Rauta, Максидом, Леруа Мерлин, OBI, Твой Дом |
| Уникальные свойства предлагаемых вами товаров/услуг | * Надежность (практически нет брака), высокое качество исполнения (изделия сделаны в Финляндии),
* привлекательный внешний дизайн,
* энергоэффективность
 |
| Новизна/традиционность товаров/услуг вашей компании | Компания имеет 50-летний опыт в области разработки, производства и дистрибуции вышеназванных изделий . |
| Направление позиционирования компании | Средний и выше среднего |

 **2. Конкуренция**

|  |  |
| --- | --- |
|  Конкурентные преимущества, явные и хорошо известные потребителю | Надежность (практически нет брака), т.е. высокое качество исполнения (изделия сделаны в Финляндии) |
| Конкурентные преимущества в глазах потребителя, на которых необходимо акцентировать внимание | Высокое качество исполнения (изделия сделаны в Финляндии) |
| Конкурентные преимущества, пока еще неизвестные потребителю | Простота пользования |
| Конкурентные недостатки | Как таковые отсутствуют |
| Конкуренты | По товарной группе "электрические конвекторы":Nobo, Noirot, Thermor, Siemens, ElectroluxПо товарной группе "теплый пол": Calorique, Nexans, Devi, Теплолюкс, Raychem |
| Конкуренты по цене (указываются конкуренты, имеющие более низкое ценовое позиционирование) | Конвекторы: Timberg, различные китайский производители, EnergyТеплый пол: Energy, Thermo, Теплолюкс |
| Конкуренты по качеству | Nobo, Noirot, Thermor, Siemens, Electrolux |
| Конкуренты по имиджу | Nobo, Noirot, Thermor, Siemens, Electrolux |
| Главные конкуренты | Nobo, Noirot, Thermor |

 **3. Целевая аудитория**

|  |  |
| --- | --- |
| К какой возрастной и социальной группе относятся ваши потребители? | Старше 30 со средним достатком |
| Принадлежат ли потребители к какой-либо профессиональной группе? | * Электромонтажные, ремонтные, строительные организации
* Розничные покупатели сетевых магазинов
 |
| Насколько высок уровень образования потребителей? | * Среднее специальное
* Высшее
 |
| Обладает ли целевая аудитория профессиональным жаргоном или сленгом? | Нет |
| Опишите сегменты рынка, для которых предназначен продукт | Магазины стройматериалов, сетевые строительные магазины, ремонтные и небольшие строительные компании |

**4. Информация о предыдущей рекламной деятельности**

|  |  |
| --- | --- |
| Общая рекламная стратегия вашей компании  | Как таковая отсутствует |
| Какие виды маркетинговых коммуникаций использовались раньше и что планируется использовать в будущем для позиционирования компании и (или) продвижения ее товаров/услуг? | Наружная реклама, реклама в профильных печатных изданиях, выставки |
| ТВ | нет |
| Радио | нет |
| Пресса | нет |
| Наружная реклама | Да (рекламные щиты в Москве и Санкт-Петербурге) |
| POS-материалы | Да |
| PR | нет |
| Web | нет |
| Выставки | Да |

**5. Маркетинговые цели**

|  |  |
| --- | --- |
| Увеличение объема продаж и (или) доли рынка | Системы отопления: электрические теплые полы и электрические конвекторы в строительных магазинах г. Санкт-Петербург |

# 6. Дополнительная информация

|  |  |
| --- | --- |
| Охарактеризуйте вашу компанию одним словом (прилагательное). Постарайтесь подобрать такое слово, которое нельзя употребить также и по отношению к вашим главным конкурентам. | финский |
| Если проводились качественные и (или) количественные исследования целевой аудитории, то приложите их, пожалуйста, к техническому заданию. | нет |
| Укажите свои дополнительные пожелания  | * Короткий, простой в понимании слоган
* Высокое качество с ссылкой на Финляндию
* Использование корпоративных цветов и символов
* Стильный дизайн
 |

Контакты – Назаренко Эльвира

elvira.nazarenko@list.ru

elvira.nazarenko@ensto.com