**Анкета на участие в конкурсе на лучшую промо-акцию   
на исследования Фемофлор® и Андрофлор®**

(анкеты принимаются до 10 декабря 2018 года)

|  |  |
| --- | --- |
| **Название организации\*:** | *Пример: ООО «ДНК-Технология»* |
| **География проведения\*:** | *Пример: Москва и Московская обл.* |
| **Период проведения\*:** | *Пример: октябрь 2018 – февраль 2019* |
| **Место проведения\*:** *указать все офисы, где проводится акция* | *Пример: г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 25 г. Королев, ул. Нагорная, д. 3 г. Чехов, ул. Ленина, д. 48* |
| **Исследования, участвующие в акции\*:** | *Пример: Фемофлор 16, Андрофлор* |
| **Механизм акции\*:** | *Пример: снижение розничной цены с 22 октября 2019 по 24 февраля 2019* |
| **Маркетинговые цели\*:** | *Пример:*  *- Увеличить долю рынка компании в сегменте ПЦР-диагностики заболеваний УГТ у женщин и мужчин в Москве и Московской области.*  *- Сформировать спрос у потенциальной аудитории к исследованиям Фемофлор-16 и Андрофлор* |
| **Целевая группа\*:** | *Пример:*  *1 группа – врачебное сообщество (акушеры-гинекологи, урологи)*  *2 группа – конечный потребитель (женщины и мужчины в возрасте от 18 до 45 лет с симптомами воспаления, при подготовке к беременности и операциям, при частой смене половых партнеров, для профилактических осмотров)* |
| **Цели рекламной кампании\*:** | *Пример:  - Привить потребителям доверие к исследованиям Фемофлор-16 и Андрофлор в диагностике инфекционно-воспалительных заболеваний УГТ, при подготовке к беременности и операциям, для профилактических осмотров.*  *- Создать в потребительском сознании образ исследований Фемофлор-16 и Андрофлор как современный инструмент заботы о здоровье УГТ и репродуктивной системы.*  *- Поддержать имидж компании как лидера в работе с исследованиями Фемофлор и Андрофлор.* |
| **Задачи рекламной кампании\*:** | *Пример: Донести до целевой группы следующие сообщение:*  *Фемофлор и Андрофлор – новый стандарт диагностики состояния микрофлоры УГТ и инфекционно-воспалительных заболеваний, надежный инструмент сохранения репродуктивного здоровья, современное исследование необходимое каждой женщине и мужчине.* |
| **Каналы продвижения\*:** | *Пример:*  *1. Работа мед. представителей; мастер-классы с привлечением специалистов и лидеров мнений.*  *2. Продвижение в сети Интернет (SMM – вконтакте, Instagram, facebook; контекстная реклама).*  *3. Реклама, PR-сюжеты на ТВ, радио, в прессе, печатная реклама в местах продаж (заборные пункты), печатная реклама в местах концентрации представителей ЦА.* |
| **Прогнозируемые результаты\*:** | *- Увеличение кол-ва выполненных анализов (Фемофлор – на 20%, Андрофлор – на 15%).*  *- Повышение лояльности ЦА к бренду компании на 10%.* |
| **Дополнительная информация:** | *Здесь Вы можете указать то, что считаете нужным для победы в конкурсе ☺* |

\* отмечены пункты обязательные для заполнения.