

2020年香港分公司韩国农业食品媒体宣传项目 提案邀请书

1. 项目目标

- 通过制作提振因香港示威、新冠病毒的扩散而低迷的消费心理并宣传韩国农业食品优势的数字内容，制造韩国农业食品的热点话题
- 利用线上·线下非面对面的营销手段，尽量减少因示威、病毒等引起的面对面营销的不确定性所带来的风险及营销空白

2. 推进方向

- **(线上) 制作短而精的原创数字内容并在主要平台上宣传**
 - 利用香港和台湾的主要线上媒体平台(YouTube,Facebook,Line等)大数据分析,促进以韩国农业食品的潜在消费者为对象的宣传
- **(线下) 利用香港电车推进车体广告的投放，提高对韩国农业食品的熟悉度**
 - 尤其是香港,由于示威长期化,在新冠疫情结束以后,消费者活动等外部营销活动也将受到制约,因此将并行投放利用大众交通手段的广告

3. 项目概要

- 项目名称：2020年香港分公司韩国农业食品媒体宣传项目
- 项目期限：5月 ~ 10月 / 为期6个月 * 媒体投放时间：6~9月(预计)
- 宣传品种：新鲜农产品及加工食品
 - 选定5~10个左右可出口香港及台湾的品种，根据日后制作的媒体协商后再确定
- 宣传对象：香港及台湾消费者
- 宣传媒体：网络平台及香港电车
- 宣传方法：原创数字内容的制作发布
- 项目目标：媒体扩散(转发, 留言数等) 5千条, 曝光达到4百万条以上
- 项目推进方法：通过委托专门宣传企业推进项目

4. 主要任务内容

- **内容的制作·发布**
 - 制作数字内容故事及提出概念，制作内容，制定有力的在线平台提案及发布计划，制作电车广告并宣传
- **运营管理**
 - 制定和促进在线宣传战略,日程管理及每周两次的推进状况报告
 - 制定和实施与制作媒体内容相关的活动计划
- **成果管理**
 - 为了方便日后aT对制作的内容的使用·发布，在制作时应确保相关法律权利
 - 利用问卷调查及aT Facebook，进行媒体扩散的业绩管理，报告最终结果

5. 任务详细内容

- **(制作理念) 容易让人上瘾且留下深刻印象的数字内容**
 - 制作最长不超过1分钟的有冲击性的内容
 - 鉴于网络广告,制作可以在短时间内吸引观众,容易让人上瘾且有故事性的5个左右的系列片
 - 因广告对象国家的语言、平台广告时间的不同,请务必单独制作相应平台、国别版本的内容
 - * (例)请单独制作6秒广告版本分镜头剧本,15秒广告版本分镜头剧本,普通话,广东话版等。
不能简单将30秒的广告编辑为6秒,15秒
 - 使用动画广告,模仿知名形象的广告,利用韩流内容,利用网络红人等吸引消费者视线的方法
 - 广告宣传对象是韩国农业食品的"新的","潜在"消费者,可不局限于食品,可灵活运用文化、电视剧、音乐、旅行、体育等多种主题
 - 传递韩国农业食品新鲜、健康、安全的形象及信息
 - 由于宣传对象是农业食品,所以一定要刺激视觉和听觉
 - 同时内容构成上要能引起想要尝试韩国农业食品的欲望

	<p align="center"><利用动画的广告></p> <p>(例)采用动画形式,制作律动、节奏、歌词简单但让人上瘾的系列,展现亲切的形象 (参考) https://youtu.be/G4uyoCLuPJk</p>
	<p align="center"><利用网络红人的广告></p> <p>(例)利用当地的网络红人,用让人上瘾的旋律和歌词、律动制作系列作品 (参考)https://youtu.be/mjGJMgaVQ5g</p>
	<p align="center"><利用文化的广告></p> <p>(例)耐克2020的中国广告利用了中国春节的红包文化制作运动鞋广告,可以将节日、活动等中华圈文化和韩国农业食品结合 (参考) https://youtu.be/O1v02k2Umjg</p>
	<p align="center"><模仿知名形象的广告></p> <p>(例)模仿MGM电影公司LOGO的广告,用喝牛奶的声音代替狮子的吼声,刺激购买欲望 (参考) https://youtu.be/we0XgNspeLk</p>
	<p align="center"><突出韩国优势的广告></p> <p>(例)最近由于新冠病毒的影响,美国、澳大利亚等食品出口国在物流方面遇到困难,由于韩国地理位置上比较靠近,因此可以强调产地直送、地理优势等 (参考) https://youtu.be/AFFWzggWbCl</p>

	<p align="center"><利用韩流 (韩国电视剧) 的农业食品广告></p> <p>(例)利用在香港和台湾有名的韩国电视剧中的场面,对食物中使用的韩国产食材、产品等进行广告 (参考) 《爱的迫降》中腌泡菜的场面</p>
	<p align="center"><强调新鲜、安全的广告></p> <p>(例)传达在纯净的自然中栽培,在安全的设施中生产的可靠的产品形象 (参考) https://youtu.be/geA3KN62Yhk</p>

- **(对象) 韩国农业食品 “新的”, “潜在” 消费者**
 - 利用各在线平台的大数据得出宣传对象及事由
 - 不局限于食品相关搜索需求,可以利用文化、电视剧、音乐、旅行、体育等多种主题
 - **(发布) 利用不同国家消费者可以相互沟通的有力的线上-线下平台**
 - 利用aT Facebook 等 SNS , 进行媒体发布-扩散, 开展与制作媒体内容相关的活动等, 推进观众及消费者之间的相互沟通 (以转发, 留言数达5千条为目标)
 - (例) aT 媒体共享时, 实施 Line韩国农业食品贴纸发放等活动
 - 利用能够最大限度地扩大各国广告效果的有力的在线平台来发布
 - (例) 香港: Youtube, Facebook / 台湾: Facebook, Line
 - 香港在项目期间将利用4周时间推出电车车体广告
- * 因示威中断的电车等, 如宣传效果低于预期可变更为地铁、电影院等其它线下媒体。
- **(利用) 实施宣传效果量化及以消费者为对象的成果分析**
 - **目标:** 媒体扩散(转发, 留言数等) 达到5千条, 曝光达到4百万条以上

- 实施广告观众数据分析及以观众为对象的成果测定 (300名) , 在制定下一年度的计划时体现
- 确保肖像权等长期使用权, 以方便制作的数字内容在日后公社开展主要活动时可以使用

6. 宣传成果的量化

(量化) 宣传业绩

- 点击量超过4百万次(各国家超过2百万点击量) 且转发、留言数超过5千条
- 提交香港电车投放效果的量化效果
 - ※ 提交宣传业绩的量化成果

(非量化) 问卷调查

- 期限规模: 以300名数字媒体观众为对象, 在项目期限内实施
- 问卷内容: [参考] 参考内容

7. 任务最终结果报告

- 合同期内相关文件及制作的最终媒体文件(以usb提交)一并提交

8. 外包费用: KRW 247,000,000韩元

- 以韩元签约, 适用代理费支付当天的汇率
- ※ 包括企划费, 拍摄制作及编辑费, 拍摄地联络费及其它费用, 线上/线下宣传费, 模特联络费及肖像权使用费, 出差费, 配件购买费, 运营管理, 活动实施, 问卷调查费等各种费用

9. 代理费支付方式

- 预付款(请款时):原则上不支付预付款,但仅限于代理企业从金融机构获得预付款履行保证保险单等担保的情况下, 可以商议
 - 签订外包合同后自收到款项支付请求之日起3周内应支付(合同金额的70%)
- 代理费(尾款):代理企业在合同期内(活动终止后1个月内)提交任务最终结果报告及相关材料, 由公社于14日内验收·交接完毕后5日内支付代理费(尾款)

10. 提案书提交说明

- 提交期限: 在公告期限内(自公告之日起20天)提交
 - 公告日期: 2020. 4. 9(周四)
 - 截止日期: 2020. 4. 28(周二) 24:00
- 提交方法: 向香港分公司负责人(narae@at.or.kr, evelynpark@at.or.kr) 发送邮件
- 提交文件: 提案书及公司简介(包括提案公司的一般现状, 执行人员投入计划, 近三年执行业绩, 业绩证明等)
- ※ 报价单(原件) 不要附在项目提案书内, 请于提交期限内单独用邮件送达香港分公司办公室

[参考] 问卷调查格式

性别	① 男性 ② 女性
年龄	① 10多岁 ② 20多岁 ③ 30多岁 ④ 40多岁 ⑤ 50多岁 ⑥ 60多岁以上
职业	① 公司职员 ② 学生 ③ 主妇 ④ 其它 ()

* 媒体营销问卷调查根据媒体特性及宣传内容自由构成,但必须调查5个项目(提问内容可根据情况进行变更,并可追加5个项目)

1. (宣传满意度) 您对宣传的满意程度如何?

非常不满意	比较不满意	一般	比较满意	非常满意
①	②	③	④	⑤

2. (K-FOOD 认知度) 您是否事先了解该宣传的产品?

完全不了解	不太了解	一般	了解一些	非常了解
①	②	③	④	⑤

3. (好感度的变化) 您对K-FOOD(相应品种)的好感度如何?

评价项目	完全没有	比较没有	一般	有一些	非常强
宣传前	①	②	③	④	⑤
宣传后	①	②	③	④	⑤

4. (购买意向的变化) 您购买韩国食品的意向程度如何?

评价项目	完全没有	比较没有	一般	有一些	非常强
宣传前	①	②	③	④	⑤
宣传后	①	②	③	④	⑤

5. (推荐意向的变化) 您向周边人推荐韩国食品的意向程度如何?

评价项目	完全没有	比较没有	一般	有一些	非常强
宣传前	①	②	③	④	⑤
宣传后	①	②	③	④	⑤