

LIFE ファミリー牧場 御中

200X年 宣伝広告案

200X年 1月22日

I	テーマパークの市場背景	P2-P4
II	ポジショニング	P5
III	問題と機会	P6
IV	西日本アド広告社 10のお約束 (200X年戦略と実績内容)	P7-P23
V	スケジュール	P24
VI	費用	P25

1. レジャー・テーマパークへの消費動向

レジャー支出は低迷しているが、テーマの明確な「テーマパーク」は順調に伸びている。

- ①経済は停滞していて、レジャー支出は ××××××××××××××××××××××
- ②テーマパークは「勝ち組」と「負け組」に ××××××××××××××××××××××
- ③消費者のレジャー動向は多様化 ××××××××××××××××××××××××××××××
- ④伊豆全体の ××××××××××××××××××××××××××××××
- ⑤××

1. LIFE の特長

XX
XX

2. ターゲット規定とターゲット・ベネフィット

XX
XX

3. 競合との差別化

XX
XX
XX

4. トーン&マナー

XX
XX

5. ポジショニングの方向性

XX

6. ポジショニング

小さな子供から、大人まで大自然の中で動物たちと触れ合い、
安心して一日を楽しめる牧場。



西日本アド広告社の
10のお約束



	12月	1月	2月	3月	4月	5月
キャンペーン					××××××	××××××
		××××××	××××××			
広告			××××××	××××××	××××××	
			××××××	××××××	××××××	
セールス プロモーション PR	××××××	××××××				
		××××××	××××××	××××××		
イベント・ タイアップ他	××××××	××××××	××××××		××××××	

制作予算表
