



E\_misja Agencja Reklamowa  
ul. Wagrowska 14, 61-369 Poznań  
tel. 061/ 87 36 246, tel./fax 061/ 87 36 245  
[office@e-misja.net](mailto:office@e-misja.net)  
[www.e-misja.net](http://www.e-misja.net)

# Case rekrutacyjny

**dotyczy: Junior Account Manager**

Poniższy brief ma charakter wyłącznie szkoleniowy i nie stanowi odzwierciedlenia pozycji rynkowej opisywanych produktów i firm. Przedstawione zagadnienia zostały opracowane jedynie na potrzeby rekrutacji.

## BACKGROUND:

Platforma telewizji cyfrowej „n” rozpoczęła nadawanie w październiku 2006 roku i od samego początku istnienia stała się „czarnym koniem” w wyścigu o widza. Dynamiczny rozwój zawdzięcza bogatszej niż u konkurencji ofercie programowej i możliwości swobodnego wybierania pakietów tematycznych przez klientów. Kanaly zostały pogrupowane w 7 pakietów tematycznych ("informacja i rozrywka", "style moda muzyka", "dzieci", "cinemax", "sport i motoryzacja", "kultura nauka świat" oraz "hity filmowe"). Pakiet "informacja i rozrywka", który zawiera najchętniej oglądane polskie i zagraniczne programy popularne i informacyjne (ponad 200 kanałów m.in. TVP1, TVP2, TVP3, TV Polonia, tvp sport i tvp film czy kanały oferowane przez grupę TVN - TVN, TVN 24, TVN 7), jest oferowany wszystkim klientom bezpłatnie.

## PROBLEM:

Nasycenie rynku i ugruntowana pozycja konkurentów skłaniają markę do ekspansji na rynek operatorów telefonii komórkowej. Dodatkowo, wg badań rynkowych istnieje duża skłonność dotychczasowych użytkowników komórek (zwłaszcza w segmencie 25-35l) do zmiany operatora. „n” chce stworzyć sieć komórkową opartą na telefonach nowej generacji (pod własną marką) i utrzymać wizerunek innowacyjnej marki. Przyjęta strategia komunikacji zobowiązuje dodatkowo do działań o ponadprzeciętnym charakterze - unikalnych i zapamiętywanych.

## GRUPA DOCELOWA:

25 - 40 lat  
Mieszkańcy dużych miast  
Dochody powyżej średniej krajowej

## CELE:

Wygenerowanie świadomości marki wśród grupy docelowej na poziomie powyżej 70% oraz utrzymanie spójnego wizerunku marki „n”.

## ZADANIA:

### *ZADANIE GŁÓWNE:*

Przygotowanie kampanii wprowadzającej na rynek nowego operatora.

### *ZADANIA CZĄSTKOWE:*

Analiza SWOT pod kątem launchu nowej marki.  
Stworzenie idei kreatywnej dla kampanii wprowadzającej nowego operatora  
Wyznaczenie kanałów komunikacji i uzasadnienie wyboru (ze szczególnym uwzględnieniem nowych technologii i niestandardowych metod komunikacji)

## WYMAGANIA:

Rozwiązanie zadania należy przesać w formie prezentacji ppt. (max 20 slajdów) na adres: [praca@e-misja.net](mailto:praca@e-misja.net).

Do prezentacji prosimy dołączyć swoje CV oraz klauzulę: "Wyrażam zgodę na przetwarzanie przez E\_misja Agencja Reklamowa moich danych osobowych w celach rekrutacji, zgodnie z Ustawą z dnia 29.08.1997 o Ochronie Danych Osobowych (Dz.U. z 1997 nr 133, poz. 883)".

## TERMIN:

Ostateczny termin wysyłania prac mija 05.12.2007 roku.

Agencja Reklamowa E\_misja zastrzega sobie prawo do odpowiedzi tylko na wybrane zgłoszenia.

## KRYTERIA OCENY:

Kreatywność i innowacyjność  
Analityczne myślenie  
Spójność kampanii  
Zgodność zaproponowanych rozwiązań z zadaniem  
Atrakcyjność i logika prezentacji