

קריטריונים לבחינת משרד פרסום

שם המשרד

להלן קריטריונים מוצעים וטבלה סכמטית לבחינה והשוואה בין משרדי הפרסום :
(הציון ינתן בסולם 1 (גרוע / בלתי מספיק) ועד 10 (טוב מאד / מתאים מאד) .

<u>הנושא</u>	<u>משקל / חשיבות</u>	<u>ציון</u>
וותק וניסיון המשרד	0.02	
הבנת האסטרטגיה	0.10	
אורינטציה שיווקית	0.05	
יכולת קריאטיבית	0.10	
יציבות צוות בעלי המקצוע המובילים	0.03	
"כימיה" – יכולת עבודה עם בעלי התפקידים	0.07	
אופן ההתקשרות (צורת תגמול המשרד)	0.12	
קונפליקט בתחום המוצרים / המתחרים	0.03	
<u>בפרזנטציה :</u>		
הבנת יעדי "טבע נאות"	0.03	
קונספט פרסומי – סיסמא, ויזואל ...	0.12	
הבנת השוק – מוצרים ומתחרים	0.07	
הגדרת קהל המטרה	0.04	
הגדרת מטרות ויעדים לפרסום המוצע	0.08	
קביעת קריטריונים לבקרה והערכה	0.09	
ניהול מושכל של התקציב	0.02	
חלוקת מדיה אופטימלית	<u>0.03</u>	
סה"כ	1.00	