

Module 7: Marketing & Communications

Brand Attribute Assessment

Field	Value
Define Research Methodology	Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse
Name Top 10 Attributes	XA!1, XS@, DS!1
Remarks	Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse

Branding Attributes

Field	Value
Attributes	XA!1
Reference Retailer 1	ZA
Reference Retailer 2	SA
Own Brand	XZ
Brand Positioning Statement	N/A

Marketing and Communication

Field	Value
Marketing Budget	Rs. 12
Rational	testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse

Integrated Marketing

Activity Name	Budget Allocated	Objective	Measurement	Target Shopper Journey	Actions
1	Rs. 1	testinf	1	1	testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse
N/A	Rs. 0	N/A	N/A	N/A	N/A

Marketing Competitor

Field	Value
Name of Reference Retailer	N/A
Marketing Communication	testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse
Plan Activities	testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc n hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse

Brand Journey

Space Resources for Income	Non-Space Resources for Income	Percentage of Sales	Predictions Around Changes	Changes in Marketing Communication
testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse, 12testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse	qwtestinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse, testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse	100.0	12testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse, testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse, testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse	grgrgrgrgrgrgrgrgrgrgrg

Summary

Field	Value
Marketing Submissions	testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse qw qw qw qw qw qw q wq w qw

Marketing Summarise	testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse testinf format data called in Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtserd dfg awrtsertgdrtgf er tsrtgsrg srtgsrg ewrt sregsr er trtysrg Data foamr fcghjklmnjhsufjkc hregbr earhtkje hrklgjerk erhjt klsejrgtse qw qw qw qw qw q wq w qw
---------------------	--

Last Updated: 2025-12-30 09:07:42