

BLOOMFIELD DIGITAL – MULTIKANAL-LAUNCHKAMPAGNE

Anforderungsspezifikation

Nectarines landesweite Markteinführung an die richtigen
Küchen heranbringen.

2026

Inhalt

01	Dokumentenkontrolle	2
02	Einführung & Umfang	3
03	Zweck & Zielgruppe	3
04	Funktionale Anforderungen	3
05	Nicht-funktionale Anforderungen	5
06	Produktmodule	6
07	Komponentenspezifikation	6
08	Annahmen, Rahmenbedingungen & Abhängigkeiten	7
09	Release-Phasen	8

AUF EINEN BLICK

Dokumentenkontrolle

SPEZIFIKATION

REQ-2026-0398

Ausgestellt am 27. Juli 2026

ERSTELLT VON

Bloomfield Digital

Denver, CO 80205

INHABERIN

Sofia Marchetti

Leiter Growth Marketing,
Nectarine Meal Kits

STATUS

Zur Prüfung

Baseline bei Genehmigung
festgelegt

ANFORDERUNGEN

9

Funktional und nicht-
funktional

01

Einführung & Umfang

Nectarine Meal Kits hat sein Modell in drei Testmärkten unter Beweis gestellt, ist jedoch noch nie national gestartet, und zwei konkurrierende Meal-Kit-Marken haben Expansionen für dasselbe Quartal angekündigt. Dies ist der Plan, in 40 Städten zu starten, ohne das Budget blindlings zu überschwemmen.



Zweck & Zielgruppe

Nectarines drei Testmarkt-Kampagnen wurden Stadt für Stadt mit individuell abgestimmten Creatives und ohne gemeinsamen Messrahmen durchgeführt, sodass es keine einheitliche Sicht darauf gibt, was effiziente Anmeldungen tatsächlich im großen Maßstab antreibt. Connected TV und Influencer-Partnerschaften sind für die Marke völlig neue Kanäle, und der Vorstand hat die nächste Finanzierungsrunde an eine nachgewiesene landesweite Effizienz der Kundengewinnung geknüpft.

Bloomfield Digital schlägt eine zwölfwöchige Multichannel-Launch-Kampagne vor, die auf einem einheitlichen Messrahmen aufbaut, mit einem gestaffelten Stadt-Wellen-Kalender, der auf Nectarines Ausbau der Lieferzonen abgestimmt ist, sowie wöchentlicher Optimierung, damit das interne Team in Echtzeit sehen kann, was funktioniert. Die folgenden Abschnitte beschreiben den Ansatz, den Leistungsumfang, den Zeitplan und die Investition.

Funktionale Anforderungen

ID	ANFORDERUNG	PRIORITÄT
R-01	Vor dem Start jeglicher bezahlter Medien soll ein einheitliches kanalübergreifendes Messframework betriebsbereit sein.	MUSS

	R-02	Die Kampagnencreation soll aus einem gemeinsamen visuellen und inhaltlichen System über Social-, CTV- und Influencer-Formate hinweg erstellt werden.	MUSS
	R-03	Der Launch der ersten Welle mit bezahltem Social- und CTV-Media soll die ersten acht Auslieferungsstädte abdecken.	MUSS
	R-04	Ein Live-Reporting-Dashboard soll dem internen Team von Nectarine während der gesamten Laufzeit zugänglich sein.	MUSS
	R-05	Influencer-Seeding-Inhalte sollen in jeder Städtewelle mindestens zwei Wochen vor den bezahlten Medien veröffentlicht werden.	MUSS
	R-06	Ein Checkpoint zur Kampagnenmitte soll das Budget bis Woche 7 auf die leistungsstärksten Kanäle und Städte umverteilen.	SOLLTE
	R-07	CTV-Buchungen sollen einen Ersatzplan für jeden Startmarkt mit unzureichendem Inventar enthalten.	SOLLTE
	R-08	Die Kosten pro Akquisition sollen pro Stadt erfasst werden, um die Reihenfolge von Welle zwei und Welle drei zu bestimmen.	SOLLTE

ID	PRIORITÄT	ANFORDERUNG
 R-01	Muss	Vor dem Start jeglicher bezahlter Medien soll ein einheitliches kanalübergreifendes Messframework betriebsbereit sein.
 R-02	Muss	Die Kampagnenkreation soll aus einem gemeinsamen visuellen und inhaltlichen System über Social-, CTV- und Influencer-Formate hinweg erstellt werden.
 R-03	Muss	Der Launch der ersten Welle mit bezahltem Social- und CTV-Media soll die ersten acht Auslieferungsstädte abdecken.
 R-04	Muss	Ein Live-Reporting-Dashboard soll dem internen Team von Nectarine während der gesamten Laufzeit zugänglich sein.
 R-05	Muss	Influencer-Seeding-Inhalte sollen in jeder Städtewelle mindestens zwei Wochen vor den bezahlten Medien veröffentlicht werden.

01 Messframework

Ein kanalübergreifendes Tracking-Setup und Live-Dashboard, aufgebaut bevor Media live geht.

02 Kreativsystem

Ein einheitliches visuelles und inhaltliches System, angepasst für Social-, CTV- und Influencer-Formate.

03 Paid-Social-Launch

Zielgruppenstrategie und wöchentlich optimiertes Buying über Meta, TikTok und Pinterest.

04 Connected-TV-Einkauf

CTV-Planung und Einkauf über die Launch-Märkte der ersten Welle, neu im Media-Mix von Nectarine.

05 Influencer-Seeding

Gestaffelte Partnerschaften mit Micro- und Mid-Tier-Influencern vor jeder Städtewelle.

06 Wellenplanung

Ein gestaffelter Launch-Kalender, synchronisiert mit dem Rollout der 40-Städte-Lieferzonen.

SPEZIFIKATION

Komponentenspezifikation

REF.	POSITION	SPEZIFIKATION	EINHEITEN	VORLAUFZEIT	EINZELPREIS
 SPC-01	Messrahmen & Dashboard	Kanalübergreifendes Tracking-Setup und Aufbau des Live-Reportings	1	30. Novem-ber 2026	\$14,000

 SPC-03	Verwaltung bezahlter Social-Media-Kampagnen	Media-Einkauf bei Meta, TikTok und Pinterest, 12-wöchige Laufzeit	12	12 Wochen	\$1,900 / wk
 SPC-04	Connected-TV-Planung & -Einkauf	CTV-Strategie und Umsetzung in den Märkten der ersten Welle	1	30. November 2026	\$26,000
 SPC-05	Influencer-Seeding-Programm	Micro- und Mid-Tier-Partnerschaften, gestaffelt über alle Wellen	1	30. November 2026	\$19,200
 SPC-06	Wellen-Launchkalendar & Städtekoordination	Gestaffelter Rollout in 40 Städten mit Terminplanung und Marktkoordination	1	30. November 2026	\$8,000

Die Spezifikationen werden mit der Abnahme festgelegt; jede Änderung wird über das in diesem Dokument beschriebene Änderungsverfahren abgewickelt.

01

Ein Framework, alle Kanäle

Die Messung wird vor der Kreation aufgebaut, sodass jeder Dollar von Anfang an über Social, CTV und Influencer hinweg vergleichbar ist.

02

Wellenweise, nicht mit der Gießkanne

Ein gestaffelter Städtekalender bedeutet, dass das Budget der Bereitschaft der Lieferzonen folgt, statt überall gleichzeitig blind zu starten.

03

Wöchentliche statt vierteljährliche Optimierung

Ein Live-Dashboard und ein fest eingebauter Zwischen-Checkpoint sorgen dafür, dass unterperformende Ausgaben innerhalb weniger Tage umgeschichtet werden.

01

WOCHEN 1-2 · STRATEGIE & MESSUNG

Messrahmen aufgebaut, Creative Brief final abgestimmt, Märkte der ersten Welle bestätigt.

02

WOCHEN 3-4 · KREATIVENTWICKLUNG

Kreativsystem für die Kampagne erstellt und für Paid Social, CTV und Influencer-Formate angepasst.

03

WOCHEN 5-6 · START DER ERSTEN WELLE

Paid Social und CTV gehen in den ersten acht Städten live, das Influencer-Seeding läuft bereits.

04

WOCHEN 7-9 · ZWEITE WELLE & OPTIMIERUNG

Die zweite Städtewelle startet; der Checkpoint zur Kampagnenmitte verlagert das Budget zu den leistungsstärksten Kanälen.

Bloomfield Digital

3535 Walnut St, Denver, CO 80205, United States

hello@bloomfielddigital.com · +1 720 555 0182 ·

bloomfielddigital.com

Bloomfield Digital, LLC · EIN 84-2217690

