

# КРОССМАРКЕТИНГ

(ИЛИ ПЕРЕКРЁСТНЫЙ МАРКЕТИНГ)

Это относительно новая и эффективная технология продвижения товара или бренда на рынке. Его суть сводится к тому, что клиенты одной компании становятся одновременно потенциальными потребителями товаров и услуг другой. При этом у каждого из участников программы кросс-акции свой интерес. Одни стремятся увеличить число покупателей за счет клиентской базы своих партнеров, другие — добиться узнаваемости своей торговой марки. Пересечение аудиторий — это ключевое условие успешного применения технологии кросс-маркетинга.

# Примеры кроссмаркетинга



1. Сотрудничество компаний Louis Vuitton и BMW Group. Louis Vuitton выпустил комплект дорожных сумок, специально адаптированных для BMW i8, когда BMW Group запустила эту модель в 2014 году. В результате, обе компании оказались в выигрыше.

# 2. Такси и fix price

**FIX**price

- 1 ЗАКАЖИ ТАКСИ
- 2 СКАЖИ **Fix Price**
- 3 СЭКОНОМЬ **30%**  
ОТ ПОЕЗДКИ ДО

**TAXI**

**WOW**

Fix Price + Taxi!  
Катайся выгодно!

The advertisement is a vertical banner with a yellow and green background. At the top, a black and white checkered border separates it from the main content. The top left features the 'FIXprice' logo. A woman in a striped shirt is shown on the left, shouting into a megaphone. To her right, a list of three steps is presented in numbered circles. The third step includes a large red '30%' discount. Below the list, another checkered border separates the text from the bottom section. The bottom section features a yellow taxi with a 'TAXI' sign on its roof. To the right of the taxi is a speech bubble containing the word 'WOW'. Below the speech bubble, the text 'Fix Price + Taxi! Катайся выгодно!' is written in a bold, sans-serif font.

2. Совершая покупку в Fix Price, клиент получает скидку 30% на такси. А компания такси в этот момент получает контакт нового клиента

3. Colgate использует рекламу зубной пасты на коробках с пиццей



# Кросс-маркетинговые мероприятия

- Акции. Розыгрыши с призами
- Ярмарки
- Выставки со спецпредложениями
- Промо-акции
- Праздничные лотереи.
- Реклама с бонусами.
- Программы лояльности.
- Кросс-партнеры с выгодными условиями.
- Дисконтные программы.
- Директ-маркетинг.

# Преимущества кросс-маркетинговой кампании

- Использование программы позволяет установить долгосрочные отношения с другими компаниями.
- Совместная кампания способствует значительному снижению расходов на рекламу.
- Результаты кампании видны сразу после их проведения.
- Кросс-маркетинг позволяет расширить ассортимент.
- Любая совместная перекрестная кампания дает двойной эффект по сравнению с кампаниями, проводимыми по отдельности.
- Применение методологии положительно влияет на репутацию фирмы.
- Значительно расширяются возможности продвижения собственного бренда.

# Виды кросс-маркетинга

- Тактический (разовое сотрудничество).
- Стратегический (долгосрочное партнерство).
- Культурный (межнациональный).
- Равноправный (сотрудничество одинаково известных компаний).
- Неравноправный (сотрудничество с выгодой как для брендовой компании, так и для менее узнаваемой).
- Брендинг

# Заключение

Таким образом, кросс-маркетинг дает вам возможность обратиться с уже существующим предложением к новой аудитории. В результате вашими клиентами могут стать те люди, которые ничего даже не слышали о вашей компании. Кроме того, вместе с вашим партнером вы можете разработать такой способ взаимодействия, при котором еще больше людей обратят внимание на ваши товары или услуги. Для этого нужно просто постараться мыслить за пределами традиционных категорий.

**Спасибо за  
внимание.**