

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА В СМИ И НОВЫХ МЕДИА НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ SHANE

Салдана Алекс

ЭМРСО - 16

- Цель данной работы – выработать рекомендации по продвижению бренда Shane

Shane как бренд



- Компания Shane начала свою деятельность в 2006 году и зарекомендовала себя как производитель хорошей и дешевой обуви – лучшее решение для не больших строительных компаний.
- Компания осуществляет общение со своей целевой аудиторией посредством таких инструментов как
 - -Группа во Вконтакте
 - -страница в Instagram
 - -сайт компании
 - -интервьюирование на радио

Оценка бренда Shane

- На момент проведения исследования, бренд Shane является стабильным брендом, но без какого либо существенного роста и развития.
- Согласно оценкам сделанных в научной работе, компания не уделяет должного внимания инструментам новых медиа, что не позволяет в полной мере раскрыть потенциал роста бренда компании.

Анализ УТП

- Компания выигрывает на рынке тем, что предлагает дешёвую и надёжную обувь.
- Недостатки – плохое качество пошива продукции.

SWOT- PR анализ предприятия ООО «Shane»

	<u>Сильные стороны:</u> Развитая структура в SMM Отличная репутация	<u>Слабые стороны:</u> Малая известность
<u>Возможности:</u> Активная PR деятельность в представительском формате	Активное участие в выставках, интервьюирование на радио	Покупка рекламы в интернете (блогеры, ЛОМы и т.д.)
<u>Угрозы:</u> Запятнать репутацию поспешными решениями и не качественным PR менеджментом	Не качественная работа с SMM	Появление негативного образа о компании

Слабости инструментов

- Группа во Вконтакте – низкая популярность группы.
- Instagram – мало контента, слабое качество изображения.
- Сайт – слабая архитектура сайта, не современный дизайн.

Общее:

- 1) Проводится мало работ с этими инструментами.
- 2) Слабое заполнение контентом, плохое качество контента
- 3) Не популярность

Рекомендации по устранении недостатков

- Группа во Вконтакте – добавить витрину,
- Instagram – улучшить качество контента.
- Сайт – проработать дизайн и строение сайта.

- Общие рекомендации:
 - Использовать больше возможностей сервисов
 - Больше контента
 - Добавить перекрестные ссылки

Заключение

- Компании следует улучшить свою деятельность в онлайн среде. Также необходимо продолжать работу над продвижением в традиционных СМИ:
 - Интервью на радио и ТВ
 - Объявления в местных газетах

Спасибо за внимание!