

Торговая марка компанией «Mars Incorporated»

Snickers — шоколадный батончик с жареным арахисом (также с семечками, фундуком, миндалём), карамелью и нугой, покрытый сверху молочным шоколадом. Батончик удобно использовать для перекуса, он очень компактен и питателен.



Основные конкуренты «Mars Incorporated»

- «Picnic»
- «Nuts»



Основное отличие от конкурентов у батончиков Snickers весомое узнаваемость. Миллионам людей на всей планете знаком вкус тягучей карамели, воздушной нуги и орешков. Также одним из преимуществ перед конкурентами является постоянная смена вкусов, раз в год компания выпускает новый вкус и следит за рейтингами оборота.

«Три круга товара»

1 круг – основополагающий. Задача – выявление скрытых нужд и продажа не свойств товара, а выгоды от него.

2 круг – товар в реальном исполнении, обладает пятью характеристиками: уровень качества, функциональные особенности, упаковка, дизайн, торговая марка.

3 круг – предусматривает предоставление дополнительных услуг и выгод.

Первый круг

Выбрав сникерс потребитель получает питательный, вкусный и быстрый перекус. Также с учетом содержащихся в батончике ингредиентов можно сказать о том, что батончик бодрит человека с помощью воздействия на него через вкусовые рецепторы.



Второй круг

- Уровень качества – компания отвечает за качество продуктов показывая нам на примере производства большого количества вкусных батончиков, таких как Mars, Twix, Milky Way.
- Функциональные особенности – сам товар небольшой, поместится в любую сумку, его удобно есть.
- Упаковка – легко открывается, приятна на ощупь.
- Дизайн – оформление не меняется уже 25 лет, задействованы три цвета, что упрощает запоминание картинки.
- Торговая марка – размещена на упаковке в крупном размере.

Третий круг

- Доставки – возможность заказать батончики на дом по Интернету.
- Гарантия – наивысшее качество, гарантия возврата денег.
- Послепродажное обслуживание – подписка на сайт продукта, получение новостей о появлении новых вкусов.

Целевая аудитория

- Географические – весь мир.
- Социально-демографические – мужчины, женщины и дети. Продукт предназначен для всех возрастных групп. Образование любое. Уровень дохода – низкий, средний.
- Психологические.
 1. Черты характера – энергичный, сладкоежка, занятой.
 2. Ценности – сладость, знание продукта, хорошее качество.
 3. Образ жизни – активный, деловой, ученик, рабочий человек.

Рекламное обращение к целевой аудитории

- *«Сникерс — 25 лет не изменяет себе»*. Сникерс создан для людей ценящих свое время, а также для любителей незатейливых сладких вкусов. Компания создающая любимые всеми батончики не изменяет свою рецептуру и логотип на протяжении 25 лет. Батончик признан самым популярным в мире.

Маркетинговые коммуникации

- Реклама (Интернет-реклама, реклама в печатных СМИ, реклама в точках продажи товара, рассылка информации по почте).
- PR (презентации, конференции)
- Брендинг (, фирменная упаковка, логотип, дизайн).