

# Практическая работа

Салимова Мадина  
13.3-500

**ТЫ ВСЕ ЕЩЕ ХОЧЕШЬ  
ЭТО СЪЕСТЬ?**



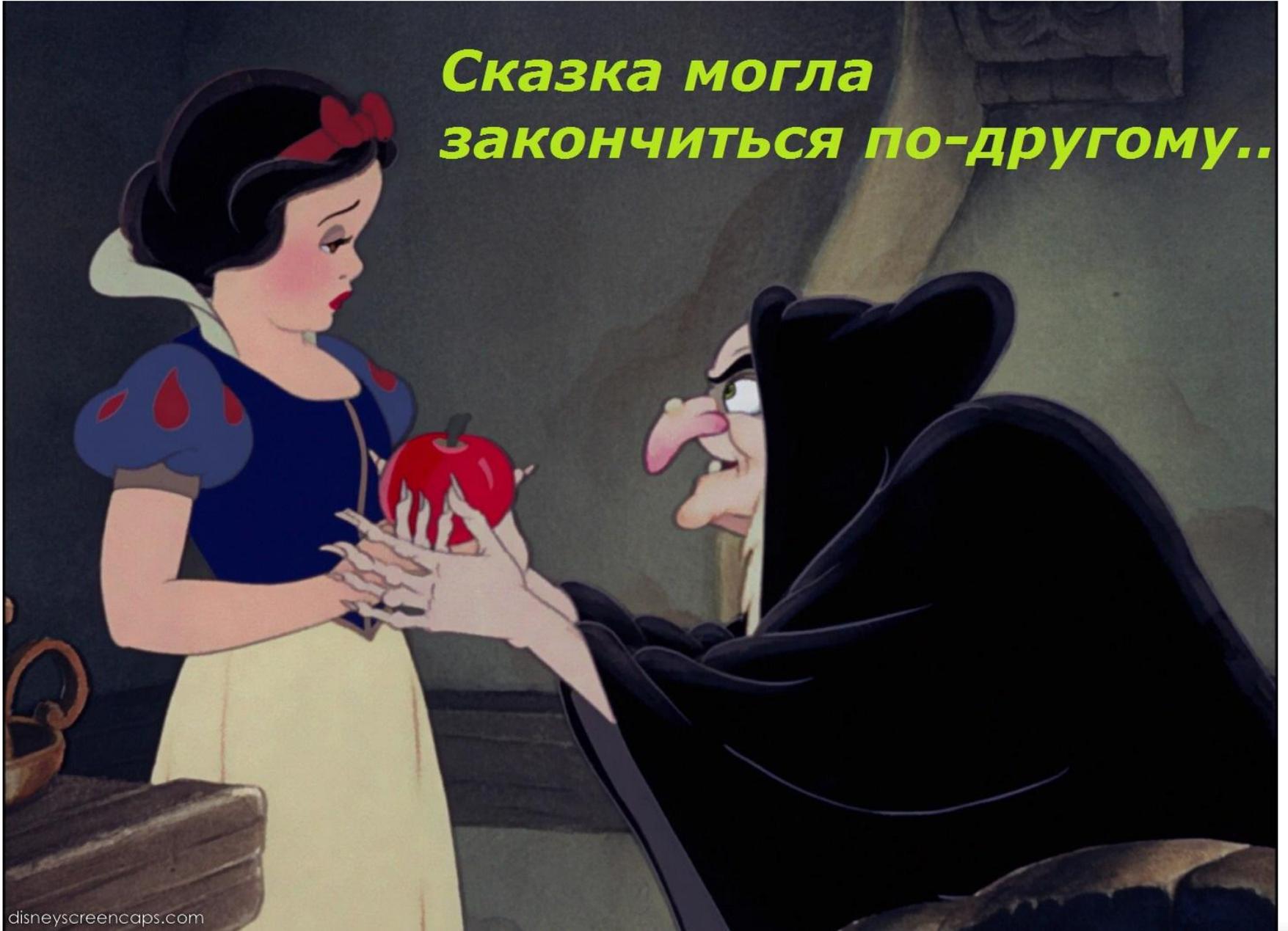
- Для тех, кто хочет быстро и точно узнать состав блюда, изобрели и выпустили устройство TellSpec. Оно сканирует продукты, затем отправляет список ингредиентов и сведения о пищевой ценности блюда в специальное приложение на смартфоне. Теперь можно не переживать за безопасность продуктов, которые мы едим.

TellSpec – это портативное сенсорное устройство, разработанное для определения состава пищи.

Стоимость: 14 990 рублей

**TellSpec**

**Сказка могла  
закончиться по-другому..**



**TellSpes на  
защите принцесс**



- Формулирование и стимулирование спроса
- Сохранение/увеличение прибыли
- Привлечение и сохранение клиентов
- Завоевание доли рынка спортивных товаров, товаров для похудения и здоровья
- Сделать товар узнаваемым, создать имидж товара, создать положительное отношение к товару
- Достижение максимальной потребительской удовлетворенности
- Максимальное повышение качества жизни

## Маркетинговые цели

- Наружная реклама
- Рекламные сюжеты в программах о здоровье, спорте и красоте
- Реклама на ТВ
- Реклама в инстаграм (+селебрити)
- В тематических СМИ

**Каналы распространения**

- Целевая аудитория: от 20-50 лет, преимущественно девушки, занимающиеся спортом, следящие за здоровьем и питанием. Или семьи, либо с теми же потребностями, либо имеющей детей/сами с аллергией, непереносимостью какого-либо компонента.  
По А.Маслоу затрагивается вторая ступень пирамиды- потребность в самосохранении
- По типы восприятия внешней информации: визуалы
- Сегментирование:
  - по потребностям: здоровье, спорт, похудение , экология, высокий уровень качества жизни
  - по типу личности: активные,интеллектуалы, прагматики, ищущие популярность
  - по стилю принятия решения: предварительное большинство, ранние реализаторы, новаторы
  - по отношению к деньгам: средний доход и выше

## Целевая аудитория

**Не будь Белоснежкой, купи  
TellSnec!**

