

Каналы
коммуникации
для автомобиля
Smart



Цели/Каналы коммуникации

Цели маркетинговых коммуникаций

- **Формирование отношения к бренду**

Укрепить или сформировать следующие имиджевые характеристики товара: практичный, уникальный, эффектный, серьезный, дерзкий

- **Формирование лояльности**

Укрепить взаимоотношения с потребителем

- **Формирование потребности в категории**

Рассказать потребителю о том, как просто и удобно ездить на автомобилях Smart (автомобилях класса А)

Каналы коммуникаций

- **Масс-медиа (ТВ, пресса, радио)**

(инвестиции в данные каналы коммуникации могут не окупиться)

- **Наружная реклама**

(инвестиции в данные каналы коммуникации могут не окупиться)

- **Digital marketing** (SEO, SMM, E-mail, баннерная реклама в интернете)

- **Мобильные приложения**

- **Горилла маркетинг** (скрытый)

- **Реклама на видеохостингах**

Action plan

1

Мобильные приложения

Мобильная игра «Припаркуй свой Смарт»

- Определи на глазок, поместится ли твой смарт

в промежутке между авто на фото

- Попробуй его припарковать

Цели маркетинговых коммуникаций:

- Формирование потребности в категории
- Формирование отношения к бренду
- Формирование лояльности

3

Digital marketing

Баннерная реклама в интернете SEO, SMM, E-mail

- Продвижение в сети официального сайта и продукта (автомобиля Smart), мобильного приложения и рекламных видеороликов

Цели маркетинговых коммуникаций:

- Формирование потребности в категории
- Формирование отношения к бренду

2

Реклама на видеохостингах

User-generated content

- Прокачай навыки в игре, попробуй так же сам
- Конкурс на лучший видеоролик с парковкой в городских условиях

Цели маркетинговых коммуникаций:

- Формирование потребности в категории
- Формирование отношения к бренду
- Формирование лояльности

4

Горилла маркетинг

«Здесь бы поместился твой смарт»

- Установка картонных копий Смарт на местах парковки

Цели маркетинговых коммуникаций:

- Формирование потребности в категории
- Формирование отношения к бренду

Маркетинговый бюджет

Бюджет

Канал коммуникации	Объём
Мобильные приложения	40%
Реклама на видеохостингах	10%
Digital marketing	30%
Горилла маркетинг	20%

1 Мобильные приложения

Мобильные приложения достаточно дороги в разработке

2 Реклама на видеохостингах

Деньги потребуются только на призы победителям конкурса

3 Digital marketing

Придется воспользоваться услугами специализированного агентства, которые достаточно дороги

4 Горилла маркетинг

Придется договориться с местными властями о предоставлении рекламного места в центре города