

Продвижения бренда Porsche



Выполнила: Помыткина
Катерина
группа: 6884

Порше (Porsche) -
немецкая автомобильная
компания, основанная
известным
предпринимателем,
конструктором
автомобилей и
бронетанковой техники
Фердинандом Порше в
Штутгарте в 1931 году.



Слоган:

"Порше.

*Построено на
достижениях«*

Целевая

аудитория: 80%

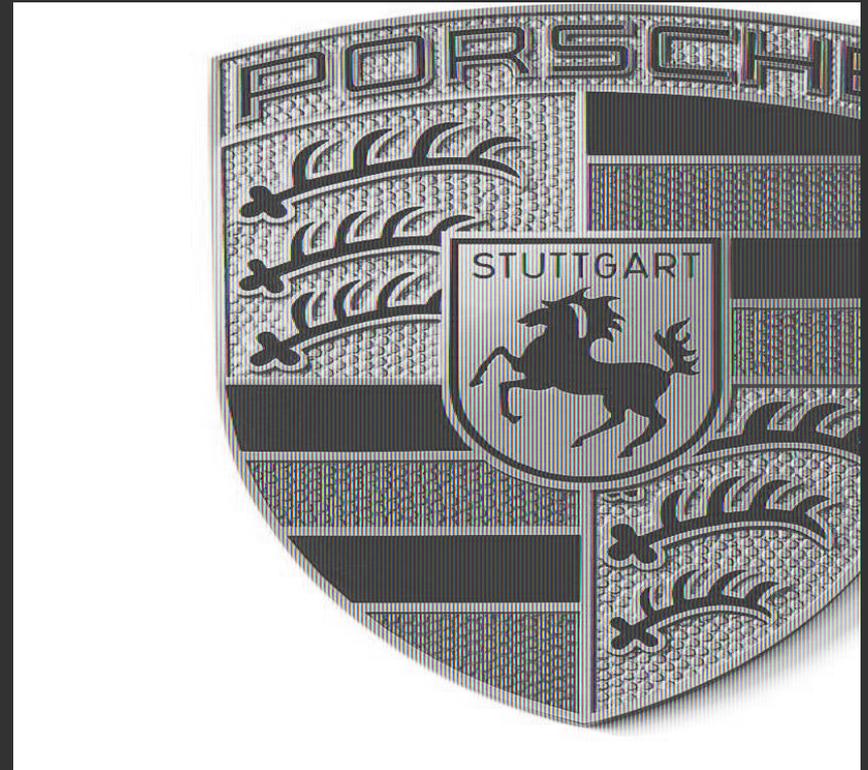
мужчины/20%

женщины от 25

до 50 лет с

достатком

выше среднего



Логотип Porsche

Цель Порше - быть лидером рынка.

Обеспечивая прибыль, компания стремится развиваться в соответствии с идеологией

Порше - радовать клиентов и быть социально-ориентированным работодателем.



Porsche это:

- развивающиеся рынки;
- прекрасные машины;
- высокомотивированный персонал

Порше характеризуется как динамично развивающаяся автомобильная компания премиального сегмента

Порше позиционирует себя как немецкий бренд с заводами исключительно в Германии. Это ценится клиентами компании, которые ожидают высочайшего качества от бренда, поэтому Порше стремится сохранить немецкую родословную с



Порше продолжает показывать рост, так как:

- тщательно продуманная продуктовая стратегия;
- развитие дилерской сети;
- из-за девальвации рубля автомобили Порше, продающиеся в России, стали самыми дешевыми в мире;
- Порше особенно уделяет внимание имиджу компании и развитию бренда.

- Порше работает над вопросом предоставления российским клиентам бонуса в виде сертификата на курс езды по треку;
- запуск программы «trade-in».

Таким образом, можно сделать вывод, что крайне успешная деятельность Порше сегодня на российском рынке обуславливается следующими факторами:

- меньшая подверженность автомобильных компаний премиального сегмента негативному влиянию кризиса;
- применение эффективной комбинации элементов, заложенных в стандартизированной «Стратегии 2018»: вывод на рынок новой продукции, масштабное расширение дилерской сети, ценовая гибкость, активная работа в области маркетинга и развития бренда;
- некоторая адаптация элементов маркетингового комплекса к особенностям российских потребителей и российскому рынку в целом.

Соответственно, разрабатывая международную маркетинговую стратегию, Порше сбалансировано стандартизировал и адаптировал маркетинговый комплекс к условиям российского рынка.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

