

Презентация
По имиджелогии
Тема: «Корпоративный имидж компании
Adidas»

История компании

История компании «Adidas» берет свое начало в 1920 году, когда Адольф Даслер, молодой сапожник из Германии, сшил первую пару спортивной обуви.



Принципы Адольфа Дасслера:

- обувь должна была как можно лучше подходить для спорта;
- быть износостойкой;
- защищать спортсмена от травм.

Adidas – производитель спортивной одежды и обуви с мировым именем. Популярность этой компании более чем обоснованная – вся линейка производства направлена на создание одежды и обуви, которая способствует повышению спортивных результатов.



В России компания начала свою деятельность более двадцати пяти лет назад с предоставления экипировки национальным сборным по футболу, баскетболу, боксу и легкой атлетике.



Маркетинговая стратегия

Бизнес-стратегия фирмы «Adidas» отталкивается от конкретного рынка, опираясь на отдел маркетинга, который занимается не только промоушном, а собственно маркетингом.



Цели:

- развитие бизнеса компании «Адидас» -Salomon;
- увеличение прибыли от продажи производимых товаров (и идей);
- увеличению доли присутствия компании на мировом рынке;
- укрепление имиджа товара/бренда компании.

Целевая аудитория.

Компания Adidas продолжительное время ориентировалась исключительно на практической стороне продукции. Теперь же разработан новый подход – продукция практична и стильная. Здесь создаются модели для всех групп возрастов и любых видов спорта.



В настоящее время продукция компании представлена более чем в 400 магазинах на территории России, основные из которых расположены в Москве и Санкт-Петербурге. Сеть магазинов постоянно расширяется, так как на сегодняшний день российский рынок является одним из перспективных.



ЛОГОТИПЫ:



Основными цветами логотипа компании являются черный и белый. Черный и Белый говорят о принципиальности, крайности. Черный — активная инертность, белый — пассивность, бегство (он легко теряется при смеси с другими цветами). Белый и светло-серый можно рассматривать как открытость к внешнему влиянию — чистый лист, который можно раскрасить в любой цвет.

Корпоративная реклама



**ПОВЕРЬ, ТЫ СИЛЬНЕЕ,
ЧЕМ КАЖЕТСЯ**
НЕВОЗМОЖНОЕ ВОЗМОЖНО

Игорь Акинфеев

adidas.com

Фирма «Adidas» активно использует все каналы распространения рекламных сообщений. К ним относятся: телереклама, печатная реклама, городская реклама, реклама на транспорте, радиореклама, Интернет реклама. Однако следует отметить, что существуют и другие маркетинговые акции, направленные на поддержание лояльности потребителя компании «Адидас». К такой акции можно отнести соглашение с Международным Олимпийским Комитетом.

Корпоративная культура

- создание позитивной рабочей атмосферы, которая включает в себя действия по быстрой адаптации работника в коллективе, созданию благоприятной рабочей среды и укреплению внутрикорпоративных отношений (общие ценности).
- воспитание лидеров внутри компании.

Персонал компании

Персонал в компании – молодая,
энергичная и сплоченная команда.



фирменные магазины

НАЧНИ КАРЬЕРУ
в adidas



Вывод:

Таким образом, «Adidas» в России ведет активную, корпоративную политику, направленную прежде всего на создание культуры внутри компании, соответствующей общим принципам фирмы.

A close-up photograph of a red garment with vertical black stripes. The Adidas logo, consisting of three white stripes and the word 'adidas' in white lowercase letters, is printed on the fabric. The text 'Спасибо за внимание!' is overlaid in the center of the image.

Спасибо за внимание!

Выполнила: студентка 4 курса
Факультета: «Реклама и связи с
общественностью»
Баркова Надежда Сергеевна