



ВИДЫ СТРАТЕГИЙ РЕКЛАМНОГО ОБРАЩЕНИЯ

ХЛОПОНИНА ОЛЕСЯ 401 РЕКЛАМА

РАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИЕ

Родовая

Преимущества

УТ
П

Стратегия
позиционирования

РОДОВАЯ

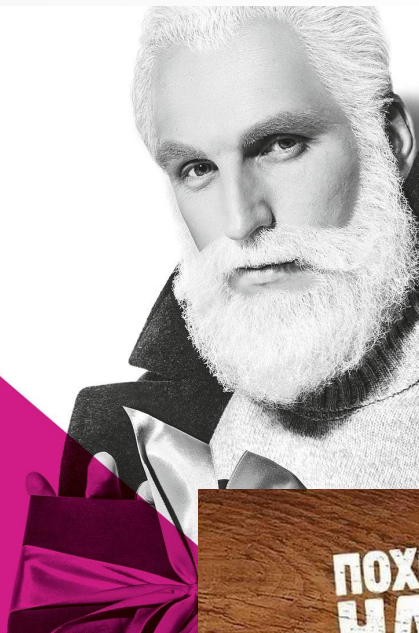
- УТВЕРЖДЕНИЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ, О ДОСТОИНСТВАХ ТОВАРА, КОТОРЫЕ ОН НЕСЕТ, БЕЗ ПРЯМОГО ИЛИ КОСВЕННОГО СРАВНЕНИЯ С КОНКУРЕНТАМИ.

**ПОЛГОДА
СВЯЗИ
В ПОДАРОК**

При оплате 6 месяцев связи
на тарифе «Мой онлайн+»

Акция действует
до 09.01.2018

TELE2



ПОКУСАЛИ КОМАРЫ?
Фенистил® Спасение от зуда

Фенистил®

АНИА К ПРИМЕНЕНИЮ, НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

**ПОХОЖЕ НА КАКОЕ-ТО
НАЕДАЛОВО**

ТОЛЬКО СЕЙЧАС!
**ВТОРОЙ БИГ КИНГ
БЕСПЛАТНО**

facte.ru

ПРЕИМУЩЕСТВА

- УТВЕРЖДЕНИЕ ПРЕВОСХОДСТВА ТОВАРА ИЛИ ТОРГОВОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ФИРМЫ НАД КОНКУРЕНТАМИ.



УПТ

- УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ УТВЕРЖДЕНИЕ



DELIVERY CLUB

сейчас

Ваш заказ доставит учитель литературы



Абдисаттар увлекается горным туризмом и воспитывает троих детей.



DELIVERY CLUB

сейчас

Ваш заказ доставит репортер



Наталья семь лет работала на федеральном телевидении и всегда старалась помочь людям с помощью журналистики.



DELIVERY CLUB

сейчас

Ваш заказ доставит заслуженный артист России



Андрей — отец пяти дочерей, настоящий казак, член Союза писателей, в прошлом — кадровый офицер.



СТРАТЕГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

- ПРОГРАММА ДЕЙСТВИЙ ПО ЗАВОЕВАНИЮ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА НА РЫНОЧНОМ СЕГМЕНТЕ, КОТОРАЯ РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ В РАМКАХ ПРОВЕДЕНИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРА.



ПРОЕКЦИОННОГО ТИПА

Имидж марки

Резонанс

Развлекательная

ИМИДЖ МАРКИ

- ОБРАЗ В СОЗНАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, КОТОРЫЙ ОТРАЖАЕТ ТО, ЧТО ОНИ ДУМАЮТ И ЧУВСТВУЮТ О ТОВАРЕ



РЕЗОНАНС

- РЕКЛАМА, ВЫЗЫВАЮЩАЯ У ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРОТИВОРЕЧИВЫЕ ЧУВСТВА И ЭМОЦИИ, ПРИВЛЕКАЮЩАЯ ИХ ВНИМАНИЕ К ТОВАРУ



АФФЕКТИВНАЯ

- СТАВИТ СВОЕЙ ЦЕЛЬЮ ЗАСТАВИТЬ ЛЮДЕЙ ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ ПО-НАСТОЯЩЕМУ ХОРОШО С РЕКЛАМИРУЕМЫМ ПРОДУКТОМ.

