

Маркетинговые коммуникации

ПРОЕКТ НА ТЕМУ:
“АВТОМАТЫ ПО ПРОДАЖЕ ЖИВЫХ ЦВЕТОВ - ФЛОРОМАТЫ”



Целевая аудитория



Мужчины от 18 до 35

Женщины от 30 до 45

Первые покупают цветы не только в праздники, но и отправляясь на свидание с девушкой, возвращаясь домой и желая порадовать жену, встречая дорогого человека в аэропорту. Вторые часто приобретают букеты просто для украшения офиса или дома, а также для того, чтобы преподнести их любимому артисту в театре или концертном зале.

Места расположения



- аэропорты*
- вокзалы*
- театры*
- концертных залы*
- торговые центры*
- рестораны и кафе*
- цветочные магазины*