

**iRobot®**

# Существующие РК

---

- «Here To Help» - Just press «Clean»!
- «Whatever the mess – iRobot has your everyday solution»
- «Free Yourself From Cleaning»



**iRobot®**

*I once vacuumed my living room from another state.  
I assure you I do not have some kind of elastic superarms.  
I have a Roomba®, so I don't have to be home to clean my home.  
iRobot.*

**do you?**

[irobot.com/elastic](http://irobot.com/elastic)

© 2012 iRobot Corporation. All rights reserved.  
iRobot and Roomba are registered trademarks of iRobot Corporation.



**iRobot®**

*I enjoy vacuuming like I enjoy being stung by a swarm of bees.  
I look forward to it like I look forward to a root canal.  
I have a Roomba®, so only dust bunnies feel the pain.  
iRobot.*

**do you?**

[irobot.com/bees](http://irobot.com/bees)

© 2012 iRobot Corporation. All rights reserved.  
iRobot and Roomba are registered trademarks of iRobot Corporation.



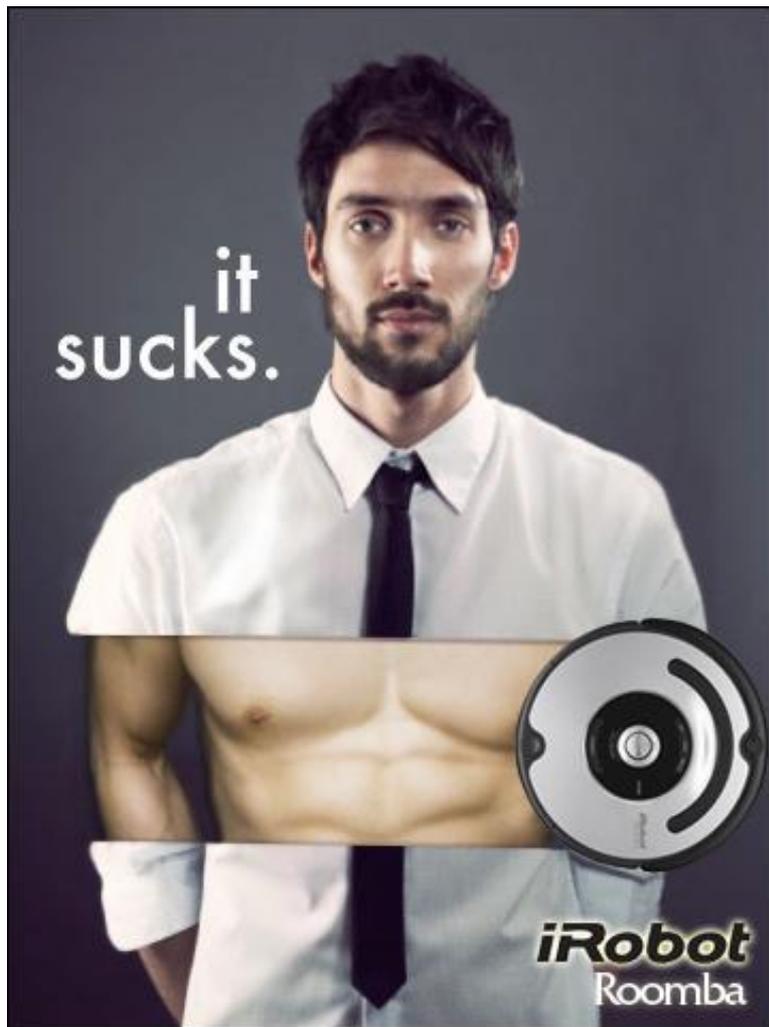
**“EVERY PET NEEDS  
A NAME. I CALL MY  
ROOMBA \_\_\_\_\_.”**



**iRobot**







# If your husband ever finds out *you're not actually vacuuming...*

*...if he discovers you're  
letting a robot do  
the household chores  
...woe be unto you!*

*But your  
girlfriends  
will die of  
envy!*



**Roomba**  
Robotic FloorVac





MY HOUSE WAS  
UNDER ATTACK BY  
A NEW \$700  
ROOMBA.  
= I SAVED US. =





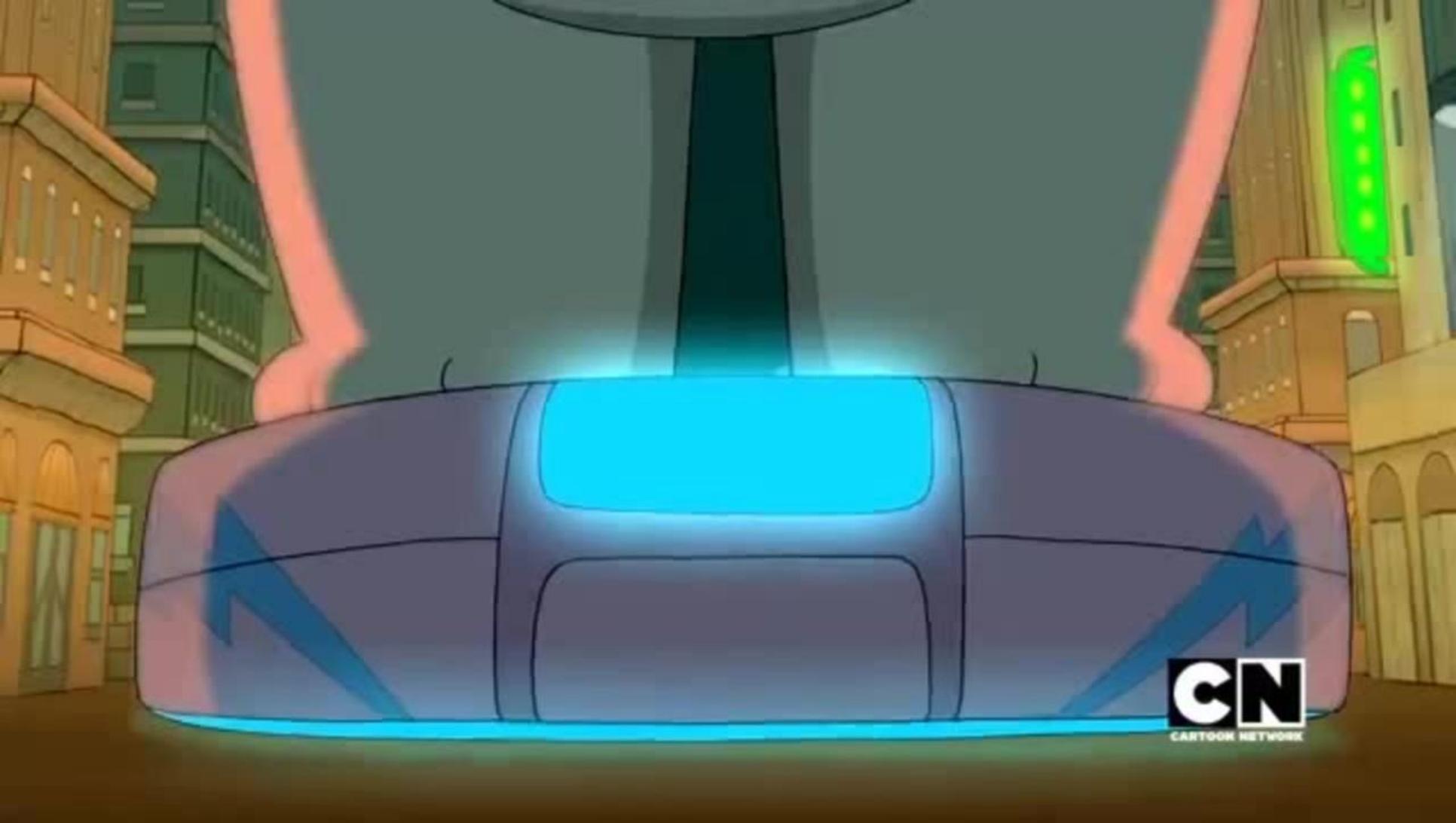


JEWELS

D-I

DO NOT ENTER

CN  
CARTOON NETWORK



**CN**  
CARTOON NETWORK

---

# PEST анализ

---

<p style="text-align: center;"><b>Политические факторы</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Социальные факторы</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• законодательная база достаточно лояльна к рекламе техники и к данной сфере бизнеса; существует ряд требований, которые должны быть соблюдены при создании и размещении рекламных материалов, но эти нормы адекватны и дают достаточную свободу в действиях рекламодателям</li> <li>• рекламная кампания iRobot политически нейтральна</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• численность населения РФ составляет 144 миллиона людей</li> <li>• демографическая пирамида России показывает половую несбалансированность: в возрасте до 29 лет преобладают мужчины, <b>в возрасте от 30 до 44 лет число мужчин и женщин примерно равное</b>, в возрасте старше 44 лет женщины преобладают над мужчинами, достигая превышения в 3 и более раз в возрасте свыше 70 лет</li> <li>• для ЦА ведется активная пропаганда «умного», «современного» образа жизни</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Экономические факторы</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Технические факторы</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• рынок пылесосов перенасыщен, существует разрыв в показателях спроса и предложения</li> <li>• рынок техники – очень конкурентная среда, в которой производители борются за внимание покупателей (Аналитическая компания Global Industry Analysts ожидает, что к 2020 году объём мирового рынка домашних пылесосов достигнет 11,4 миллиарда долларов и 115,7 миллиона устройств)</li> <li>• Среднемесячная заработная плата в России в номинальном выражении в январе 2017 года составила 35 369 рублей, в крупных городах показатели выше, соответственно только часть населения с доходом выше среднего может позволить себе устройство.</li> <li>• Размер реальных доходов снижается</li> <li>• Сокращение объема розничными непродовольственными товарами за сентябрь 2017 составило 12,8%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Робот-пылесос является инновационным продуктом, меняющим традиционную структуру рынка</li> <li>• Многие компании занимаются разработкой и усовершенствованием роботов-пылесосов</li> <li>• Продукт является высокотехнологичным</li> </ul>

---

# Отраслевой анализ

---

Силы «горизонтальной» конкуренции	Силы «вертикальной конкуренции»
<p align="center"><u>Угроза появления продуктов-заменителей</u></p> <p>Робот-пылесос сам по себе является инновационным продуктом, довольно недавно захватившим рынок. Сама по себе технология появилась в 2000 году, но на российском рынке первые модели стали продавать только в 2009, а популярность они набрали буквально несколько лет назад. Соответственно, внезапное появление на рынке новой заменяющей технологии маловероятно. Тем не менее, технология активно совершенствуется, у роботов появляются новые функции, поэтому компании необходимо идти в ногу со временем.</p>	<p align="center"><u>Рыночная власть потребителей</u></p> <p>Изучение потребителя – обязательная составляющая деятельности компании, поэтому производитель должен иметь представление о: чувствительности потребителя к изменению цены на продукт, степени его зависимости от существующих каналов распространения, размере ЦА, доступности информации для потребителя и стоимости его переключения с продукта на продукт и с бренда на бренд.</p>
<p align="center"><u>Угроза появления новых игроков</u></p> <p>Вход на рынок техники затруднен, так выход требует крупных инвестиций. Большинство компаний, которые могли бы составить конкуренцию, ее уже составляют.</p>	<p align="center"><u>Рыночная власть поставщиков</u></p> <p>iRobot производится в Китае. Необходимо поддерживать хорошие партнерские отношения с поставщиками материалов, так как смена поставщика может ударить по производству.</p>
<p align="center"><u>Уровень конкурентной борьбы</u></p> <p>-индикатор уровня конкуренции в отрасли. В зависимости от сектора экономики, конкретной отрасли конкурентная борьба протекает по-разному – где-то более агрессивно, часто с помощью ценовых механизмов, в других случаях менее активно, подключая неценовые факторы. Уровень такой борьбы зависит от количества конкурентов</p> <p>-iRobot изначально была первой компанией, продающей роботы-пылесосы на российском рынке. Сейчас же продажей занимается огромное количество компаний, включая таких акул бизнеса как Samsung, LG и Phillips.</p>	

---

# SWOT-анализ

---

**STRENGTHS**

- устойчивое положение на рынке (первопроходцы и лидеры)
- большой диапазон цен (от 16 000 до 54 000)
- высокое качество продукции
- наличие роботов с разным функционалом (сухая уборка, влажная уборка, специально для шерсти)
- низкий уровень шума

**WEAKNESSES**

- неизвестность бренда
- большая часть устройств стоит более 25 000
- Небольшой ассортимент – 7 моделей

**OPPORTUNITIES**

- расширение ассортимента
- повышение конкурентоспособности
- улучшающийся инвестиционный климат в РФ
- потенциал для улучшения продукции (новаторы в области)

**THREATS**

- наличие конкурентов с похожей продукцией и ценовой политикой
- изменение потребностей и предпочтений потребителей
- появление более доступных моделей

---

# Анализ рынка и качества продукта

---

# Особенности рынка

---

- смещение спроса в сторону более дешевой продукции
- репутация бренда имеет большое значение для потребителя
- высокая конкуренция

# Качество продукта

---

**Функциональность:** модельный ряд роботов охватывает широкий диапазон функций

**Надежность:** считаются лучшими в своем секторе

**Известность:** компания является пионерами рынка, iRobot - это синоним робота-пылесоса

**Престижность:** в модельном ряде представлены модели, которые можно отнести к классу люкс

# МИССИЯ КОМПАНИИ

---

**iRobot, the leading global consumer robot company, designs and builds robots that empower people to do more both inside and outside of the home**

---

Компания Irobot создаёт свои устройства, позволяя людям делать больше внутри и вне дома

# Конкурентные преимущества



Не ревет как турбина



Компактный



Всё сделает сам



Беспроводной



# Конкурентные преимущества



Не просит зарплату



Убирает под диваном



Не ворует столовое серебро



Не уведет мужа из семьи



# Конкурентные преимущества



Не грызёт обувь



Не хочет есть



Не нужно выгуливать



Не метит мебель



# Конкурентные преимущества



Бесшумен

Не требует внимания

В комплекте не идёт тёща

Не сетует, что Вы забрали  
лучшие годы его жизни



# Стратегия

---

Идея iRobot как предмет из будущего, концепция умного дома, беспроводных технологий.

Образы органичности iRobot и любой обстановки.

Совокупность технологичности и дизайна.

# План **TTL**-коммуникаций

---

- 1) Размещение роликов на ТВ
- 2) Ambient-реклама
- 3) Интернет реклама (Google ads)
- 4) Битва между iRobot
- 5) Приложение, которое показывает, как устройство видит дом

# Контроль за ходом кампании

---

- 1) КРІ для роликов основан на показателе Reach, который прописывается в медиаплане и который необходимо выполнить.
- 2) Необходимо следить за состоянием ambient-конструкций
- 3) Оценка эффективности интернет-рекламы при помощи Google Analytics

iSpasibo za vnimanie