

# Эффект подражания в маркетинге

Использования эффекта подражания  
детей взрослым ( взрослых детям) в  
развитии компании N

# Эффект подражания детей взрослым

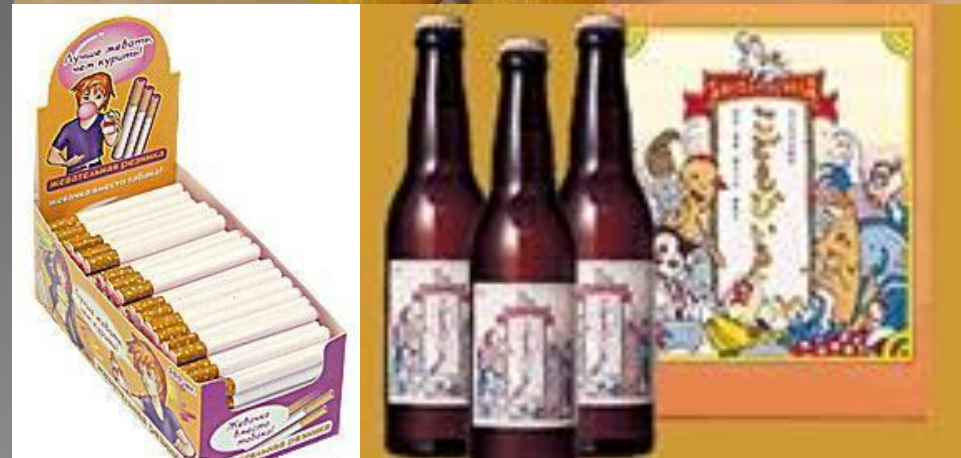
- Продукт : Детское Шампанское «KickUp»  
(kick up (англ.)-вечеринка, пирушка,  
гулянка)

Слоган : « Почувствуй себя взрослым»



# Преимущества детского шампанского на рынке

- Стремление детей ко «взрослому поведению», включающее в себя подражание вредным привычкам взрослых.
- Возможность предоставления широкого ассортимента
- Гарантия устойчивого спроса



# Стратегия внедрения продукта на рынок

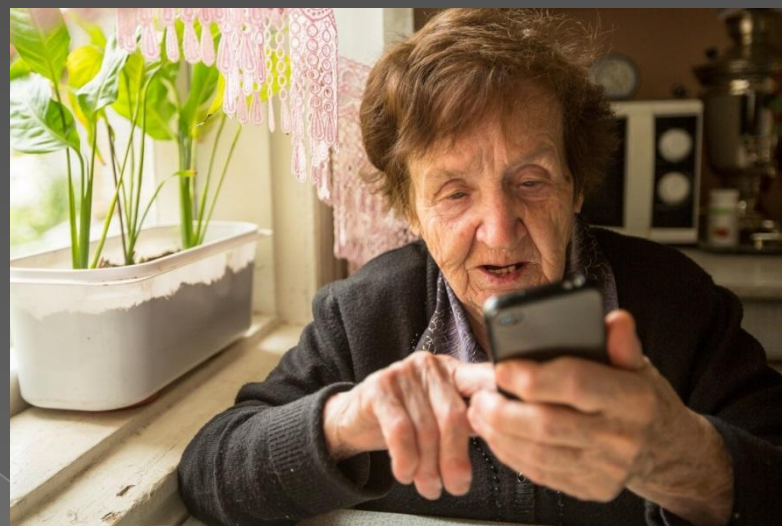
- Яркая, привлекательная упаковка
- Провокационный рекламный слоган
- Широкий ассортимент вкусов
- Активная рекламная кампания
- Уверение родителей потенциальных потребителей в безвредности продукции
- Достижение широкой известности за счет скандалов с участием моралистов, которые неизбежно будут критиковать продукт

# Эффект подражания ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ МОЛОДЫМ:

- Смартфоны
- Социальные сети
- Иные электронные товары (игры, программы)

Рекламный слоган:  
**«Теперь мы их  
понимаем»**

Возможны специальные  
опции (измерение  
смартфоном давления,  
программа для  
принятия таблеток, etc)





# Преимущества продукта на рынке

- Стремление некоторых пожилых людей «вспомнить молодость» и/или лучше понимать молодежь.
- Стремление многих пожилых людей лучше овладеть компьютерной техникой



# Стратегия внедрения продукта на рынок

- Консервативная и солидная упаковка
- Рекламные мероприятия
- Сотрудничество с организациями, контактирующими с пожилыми людьми
- Внедрение спецфункций для пожилых
- Уверение детей (внуков) потенциальных потребителей в полезности и необходимости наличия продукции

