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

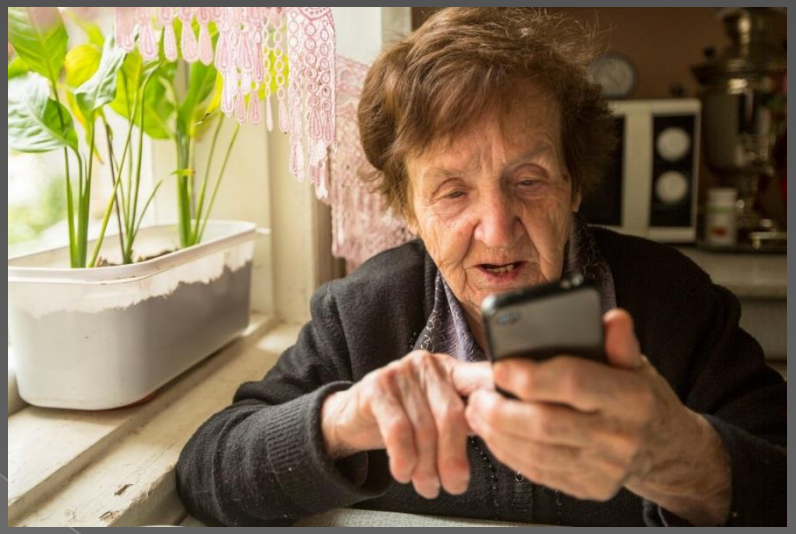
- Яркая, привлекательная упаковка
- Провокационный рекламный слоган
- Широкий ассортимент вкусов
- Активная рекламная кампания
- Уверение родителей потенциальных потребителей в безвредности продукции
- Достижение широкой известности за счет скандалов с участием моралистов, которые неизбежно будут критиковать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

Эффект подражания пожилых людей молодым:

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

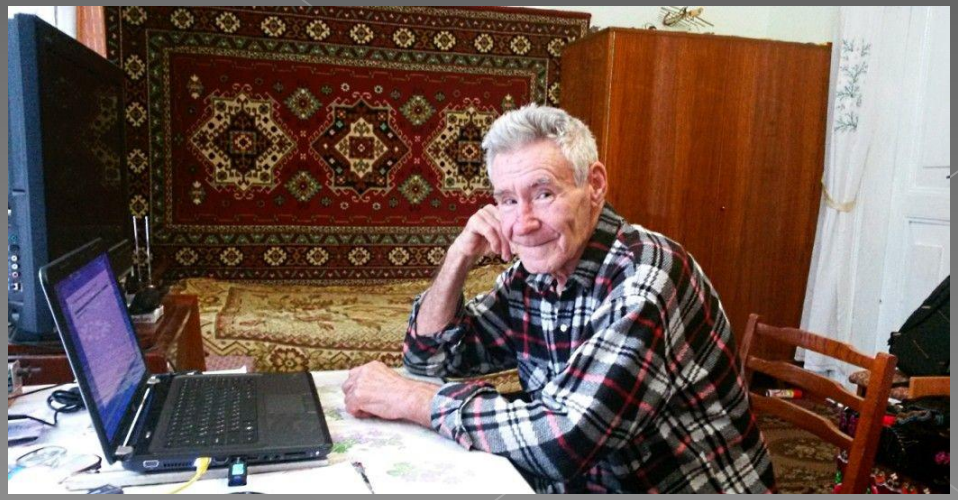
Рекламный слоган: **«Теперь мы их понимаем»**

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 моложежь.
- 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

Другие потенциальные идеи:

- Образовательные программы для пожилых
- Программы вроде «MBA»
- Детская мода
- Товары в стилях «ретро» и «винтаж»