

Эффект подражания в маркетинге

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

Эффект подражания детей взрослым

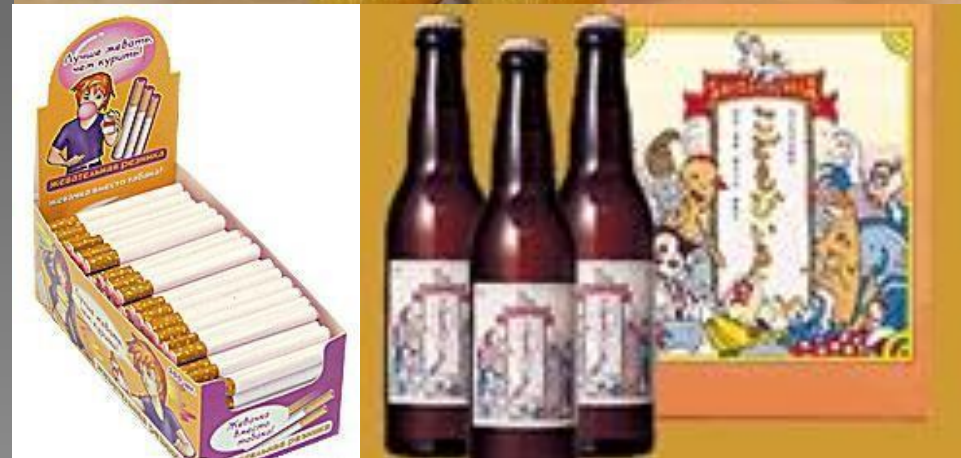
- Продукт : Детское Шампанское «KickUp» (kick up (англ.)-вечеринка, пирушка, гулянка)

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

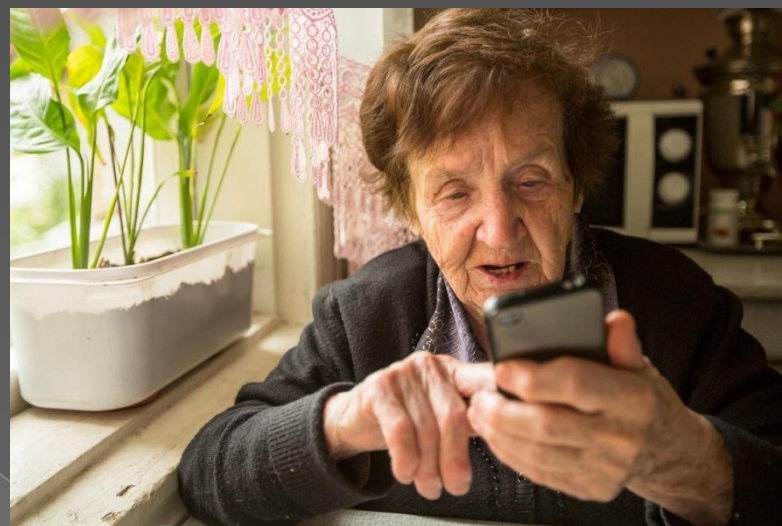
- Яркая, привлекательная упаковка
- Провокационный рекламный слоган
- Широкий ассортимент вкусов
- Активная рекламная кампания
- Уверение родителей потенциальных потребителей в безвредности продукции
- Достижение широкой известности за счет скандалов с участием моралистов, которые неизбежно будут критиковать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

