

ПРОЕКТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ PR В КОММЕРЧЕСКИХ СТРУКТУРАХ

Подготовили студентки 3 МЭО-МЭО 10 академической
группы

Пагаева Эллина, Терпанова Дарья, Хаджи Энна

О "BRUNO VASSARI"

Bruno Vassari была основана в 1984 году группой профессионалов из мира косметики, маркетинга и бизнеса, которые решили создать новый бренд косметики для профессионального рынка. Они были вдохновлены итальянской классикой, в том числе Джорджем Вазари, знаменитым художником, скульптором и архитектором шестнадцатого века. Как и он, эти профессионалы хотели сломать стереотипы и начать новый путь на профессиональном рынке красоты. Так родился бренд со штаб-квартирой в Барселоне, Испания.



Внутренний имидж

Предлагаем следующие этапы построения эффективных коммуникаций внутри компании:

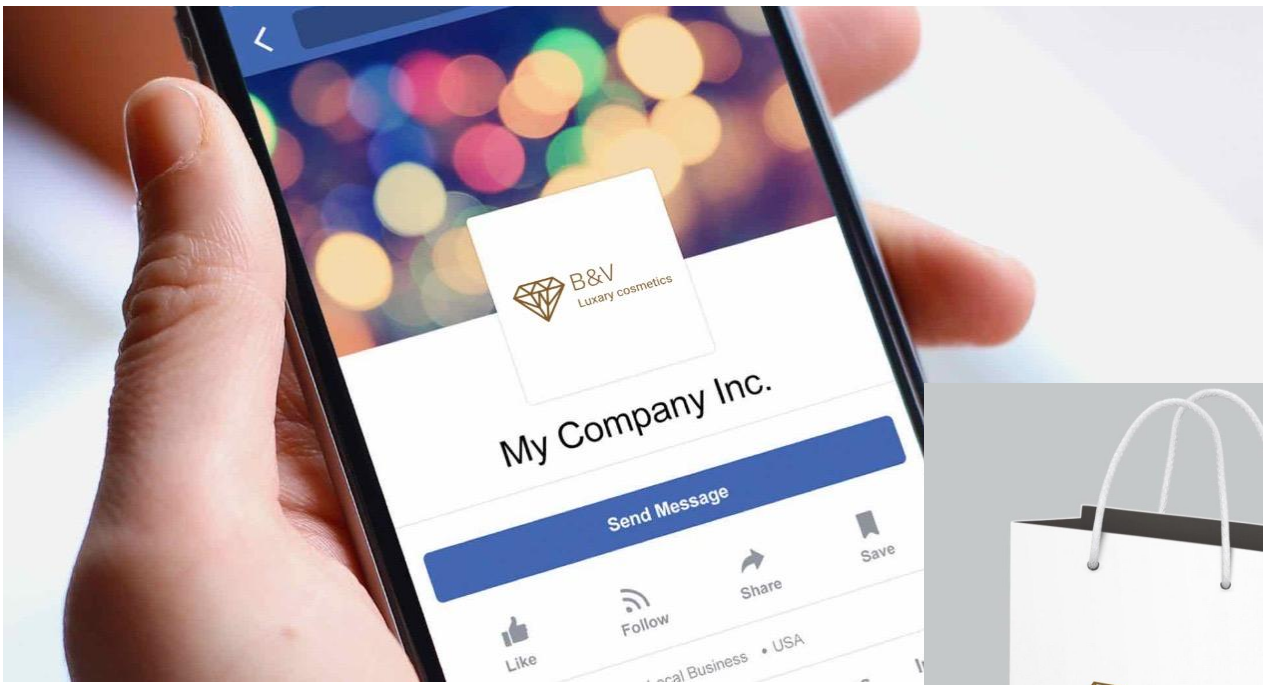
- Диагностика корпоративной культуры и коммуникаций, которые сложились в компании на данный момент.
- Создание единого информационного пространства. Внутренние СМИ: газеты, сайт, стенды, листовки, сообщения и т.д. Если штат сотрудников меньше 15 человек, то возможно обойтись менее затратными ресурсами, например, создать отдельный диалог в соцсетях, единую корпоративную почту.
- Формирование корпоративных правил, стандартов, ценностей.
- Повышение лояльности сотрудников. На этом этапе разрабатывается и реализуется информационная кампания по знакомству сотрудников с кадровыми и социальными программами компании, проводятся различные мероприятия для закрепления корпоративной культуры.

- Формирование чувства единства с компанией. Если сотрудник считает: «Я и компания -- одно целое», это значит: в компании достигнут высший уровень лояльности.
- Получение обратной связи от сотрудников. В зависимости от размеров штата, здесь могут применяться различные методы: анкеты, глубинные интервью, фокус-группы и т.д.
- Принятие символики для осознания единства. Средство формирования лояльности к компании на этом уровне - корпоративный стиль, в том числе спецодежда, логотип и т. д. К примеру, у продавцов-консультантов, одетых в красивую форму с логотипом компании, формируется чувство единства с ней, гордость, в идеале - уверенность, что они трудятся в лучшей организации.
- Организация формальных и неформальных внутрифирменных мероприятий, таких как: корпоративные праздники, корпоративное обучение, адаптационные тренинги, профессиональные соревнования, собрания, совещания, брифинги, выступления руководства и т.д.

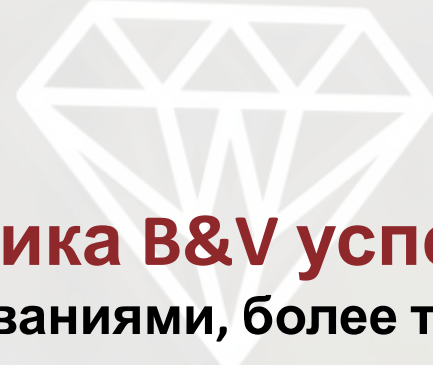
Внутреннее оформление магазина



ТОВАРНЫЙ ЗНАК



□ Как мы все знаем, очень сложно соответствовать высоким стандартам качества Европейского союза, **далеко не каждый проходит проверку.**



B&V

□ Но **косметика B&V успешно справилась** со всеми требованиями, более того, вошла в тройку самых высокотехнологических производств Испании!

□ В распоряжении компании находятся: научно-исследовательские лаборатории, расположенные в Барселоне, закрытый производственный комплекс и собственная лаборатория по контролю за качеством.

НЕСКОЛЬКО СЛОВ О САМОЙ КОСМЕТИКЕ...

- ✓ Основным активным веществом в составе этой косметики является экстракт легендарного **вина Кьянти**. Кроме экстрактов вина в средствах содержится витаминно-минеральный комплекс, благодаря которому усиливается **омолаживающий и регенерирующий эффект**.
- ✓ Принцип действия косметических средств Бруно Вассари – **влияние на основную причину проблем с кожей**, а также активация сил самовосстановления организма.

На следующих слайдах вы можете ознакомиться с линейками и расценками косметики



Линии BRUNO VASSARI



**BRUNO VASSARI
HA X50**
Линия с уникальной формулой гиалуроновой кислоты



**BRUNO VASSARI
SKIN BOOSTERS**
Инновационные сыворотки и концентраты



**BRUNO VASSARI
BODY ENERGY**
Линия средств для тела



**BRUNO VASSARI
New! BODY CARE**
Победа над целлюлитом!



**BRUNO VASSARI
CITY AND BEACH**
Город и пляж



**BRUNO VASSARI
Kianty SPA**
Омолаживающая винотерапия для тела



**BRUNO VASSARI
Kianty EXPERIENCE**
Омолаживающая линия с маслом виноградных косточек и экстрактом вина Кьянти



**BRUNO VASSARI
Kianty EXPERIENCE BOTOX-EFFECT**
Винотерапия Кьянти с эффектом ботокса



**BRUNO VASSARI
NEW! COLLAGEN BOOSTER METHOD**
ПРОГРАММА РЕВИТАЛИЗАЦИИ



**BRUNO VASSARI
New! GLYCO SYSTEM**
Ревитализирующий уход с эффектом эксфолиации



**BRUNO VASSARI
AQUA GENOMICS**
Восстановление
гидролипидного баланса кожи



**BRUNO VASSARI
SKIN COMFORT**
Уход за нежной и
чувствительной кожей



**BRUNO VASSARI
PURE SOLUTIONS**
Уход за жирной и проблемной
кожей



**BRUNO VASSARI
ANTI-STRESS**
Программа Анти-Стресс



**BRUNO VASSARI
WHITE**
Гамма-уход для кожи с
гиперпигментацией



**BRUNO VASSARI
AHA (Alpha Hydroxy Acids)**
Программа для регенерации и
против морщин



**BRUNO VASSARI
CELL ACTIVE**
Активация клеток против
старения



**BRUNO VASSARI
THE SPECIFICS**
Специальные средства для
всех типов кожи



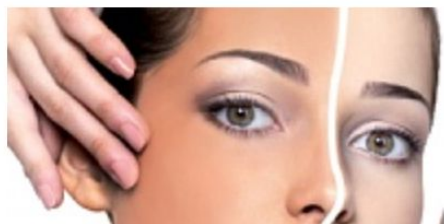
**BRUNO VASSARI
MICROS**
Специальные
микронизированные гели для
микротоков и
ультрафонофореза



**BRUNO VASSARI
SUN DEFENSE**
Солнечная линия



BRUNO VASSARI
SENSES
Релаксация, восстановление,
гармонизация тела



BRUNO VASSARI
ДЕКОРАТИВНАЯ КОСМЕТИКА



BRUNO VASSARI
BOOSTERS
Индивидуальная косметика



BRUNO VASSARI
SERUM COLLECTION
Для борьбы с тусклостью и
преждевременным старением
КОЖИ



BRUNO VASSARI
PROFESSIONAL MK CARE
Антивозрастная линия с
экстрактом черной икры













BRUNO VASSARI
PER UOMO FOR MEN
Мужская линия

BRUNOVASSARI

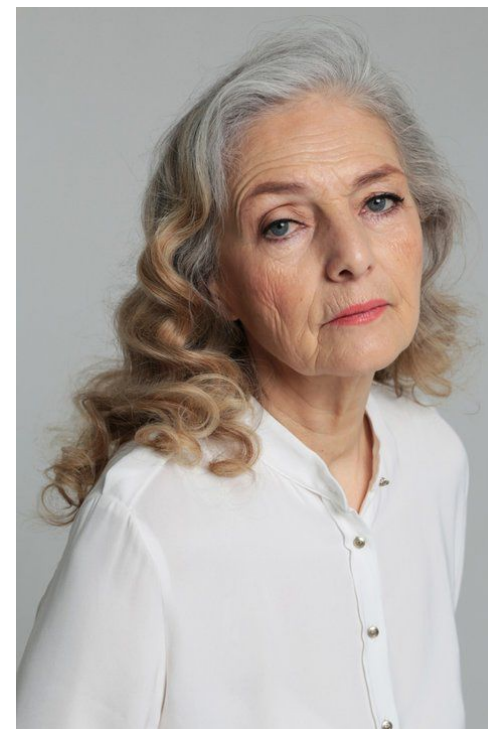


BRUNO VASSARI
КОСМЕТИЧЕСКИЕ НАБОРЫ

Ниже представлены цены на различные категории продуктов

<p>ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Морская соль с экстрактом вин... Подробнее</p> <p>952 ₺ В корзину</p>	<p>ХИТ ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Виноградный крем возраст-... Подробнее</p> <p>5 712 ₺ В корзину</p>	<p>ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Профессиональная маска (Kiant... Подробнее</p> <p>21 803 ₺ В корзину</p>	<p>ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Моделирующая маска целлюлит... Подробнее</p> <p>5 712 ₺ В корзину</p>	<p>ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Пилинг двойного действия (Dou... Подробнее</p> <p>4 165 ₺ В корзину</p>
<p>ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Питательный ночной крем... Подробнее</p> <p>4 998 ₺ В корзину</p>	<p>ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Крем «Тонус-контроль» (Premi... Подробнее</p> <p>7 259 ₺ В корзину</p>	<p>ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Крем против растяжек (Strialia), 2... Подробнее</p> <p>4 250 ₺ В корзину</p>	<p>ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Крем для рук «Возраст-контроль... Подробнее</p> <p>2 380 ₺ В корзину</p>	<p>ЭКО</p>  <p>Bruno Vassari (Бруно Вассари) Основной крем (The True Crea... Подробнее</p> <p>4 930 ₺ В корзину</p>

Так как большинство линеек косметики V&V направлены на уход за
возрастной кожей (anti-age) и имеют люксовую цену,
целевая аудитория - состоятельные граждане (женщины **96%**;
мужчины **4%**) в возрасте **от 40 до 70 лет**



Задачи, которые ставит перед собой компания

- ❑ Первоочередной задачей научных разработок компании являлось создание косметики, **результат** от применения которой, виден **уже после первой процедуры**.

Использование отборного, экологически чистого сырья гарантирует качество и безопасность продукции, что наряду с применением стильной и современной упаковки является ключом к успеху **Bruno Vassari**.

- ❑ Именно поэтому **Bruno Vassari** предлагает своим клиентам лучшие косметические процедуры в лучших SPA и салонах красоты. Именно поэтому бренд позиционируется как ориентир качества и эффективности продукции мировых производителей косметики.

Стратегические решения по продвижению бренда КОСМЕТИКИ.

1. Разработка сайта (интернет-магазина) бренда косметики

Функции сайта (интернет-магазина):

- Сайт должен стать главной бренд-платформой — источником официальной информации о продуктах, с подробным описанием, составом продуктов, фото и видео материалами. Транслировать ценности бренда.
- Сайт должен коммуницировать с другими бренд-платформами: социальными сетями, YouTube-каналом, и т.д. Реклама и продвижение сайта несомненно будет притягивать лояльную аудиторию которая должна оставаться в социальных сетях бренда для дальнейшей работы с ней.
- Прямые продажи продукта, либо информация и дистрибьюторах «Где купить в вашем городе?»
- Стоимость разработки сайта: 150 — 200 тысяч рублей.

Реклама и продвижение сайта (интернет-магазина) косметики

- адрес сайта на упаковке продукта;
- упоминание сайта на всех рекламных материалах, листовках, буклетах, вывесках;
- адрес сайта указывается в интернет-рекламе: статьях в СМИ, отзывах и т.п.;
- SEO-продвижение — обеспечивает основной трафик ЦА.



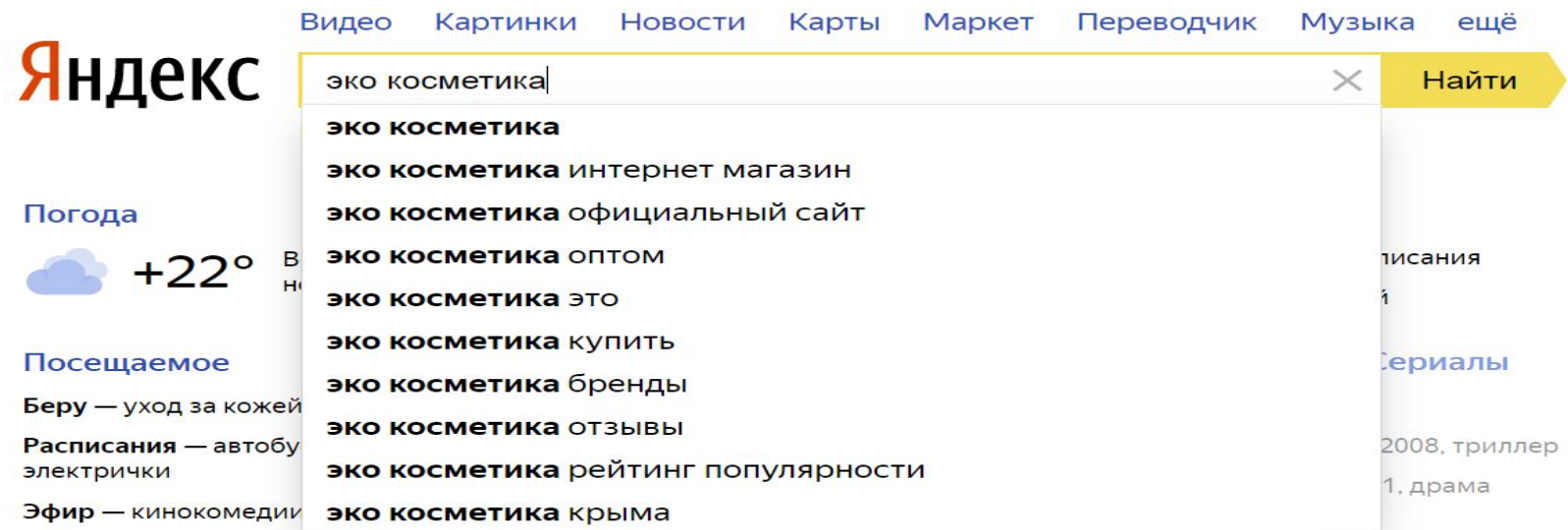
Разработка системы генерации контента в бьюти-индустрии

- Проведение онлайн мастер-классов по уходу и т.д.
- Фотосессии продукции, сезонные локации.
- Проведение конкурсов с подписчиками в соцсетях на лучшую фотографию с продуктом (права на присланные подписчиками фото передаются бренду).
- Написание статей на сайт и/или в блог, с привлечение авторов: бьюти-блогеров, стилистов и т.д взамен на [продвижение персоны в блоге](#).
- Запись видео и фотосъемка событий компании на постоянной основе.
- Написание пресс-релизов и статей штатным контент-маркетологом..

SERM-стратегии продвижения бренда

Мониторинг подсказок в Яндексе и/или Google

- При наборе поискового запроса Яндекс подсказывает варианты возможного его продолжения. Стратегия позволяет добавить новые варианты продолжения с названием бренда. Что позволит получить трафик по данному запросу на сайт или в социальные сети.
- Например, среди следующих подсказок при наборе запроса «эко косметика» появится подсказка



Продвижение косметики в социальных сетях (SMM)

Цели присутствия бренда косметики в социальных сетях:

- Повышение узнаваемости бренда , поиск целевой аудитории.
- Управление репутацией и повышение лояльности аудитории.
- Поддержка и обратная связь с пользователями и друзьями бренда.
- Увеличение охвата целевой аудитории социальных сетей, увеличение количества подписчиков групп .
- Повышение активности подписчиков, вовлечение в диалог с брендом в социальных сетях.
- Оповещение о новых событиях компании-производителя и косметических продуктах ЦА и друзей бренда.

Продвижение косметики в социальных сетях (SMM)

Для достижения поставленных целей в течение 6 месяцев реализуются следующие задачи:

- Размещение уникального контента, привлекательного для целевой аудитории.
- Увеличение охвата ЦА, привлечение новых подписчиков аккаунтов с помощью таргетированной рекламы.
- Работа с аудиторией, стимулирование активности в аккаунтах.
- Модерация сообществ.

Спасибо за
внимание!

