



ДИКСОН

ПРОЕКТ СТРАТЕГИИ ВЫВОДА НА РЫНОК И
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
БАНКА «МОЙ БАНК».

Наши работы.



ДИКСОН

87,5 BUSINESS FM

БРЕНД ПАСС
СТРАТЕГИЯ



КРЕАТИВ ATL размещения
(нестандартное визуальное решение)

Renaissance
Group

Рекламно -
коммуникационная
стратегия

Внешторгбанк



ВТЛ активность,
частично размещение

Цели и задачи.



Цель: Формирование имиджа и создание статусности БАНКА «МОЙ БАНК» (прошедший ребрендинг) и продвижение его бизнес продуктов.

Задачи:

- Анонсирование на рынке и привлечение внимания ЦА к новому банковскому бренду.
- Формирование пула потенциальных и лояльных клиентов.
- Разработка креативной концепции, направленной на формирование репутации БАНКА.
- Разработка коммуникационной стратегии позиционирования и продвижения БАНКА, используя стандартные и нестандартные коммуникационные технологии для брендов данной категории.
- Создание имиджевых инструментов рекламы с максимальной возможностью донесения информации и формирования имиджа.

Lifestyle and Media



Work
Интернет

печатные
СМИ,
Адресное
обраще
ние
В-to-B
программ
а



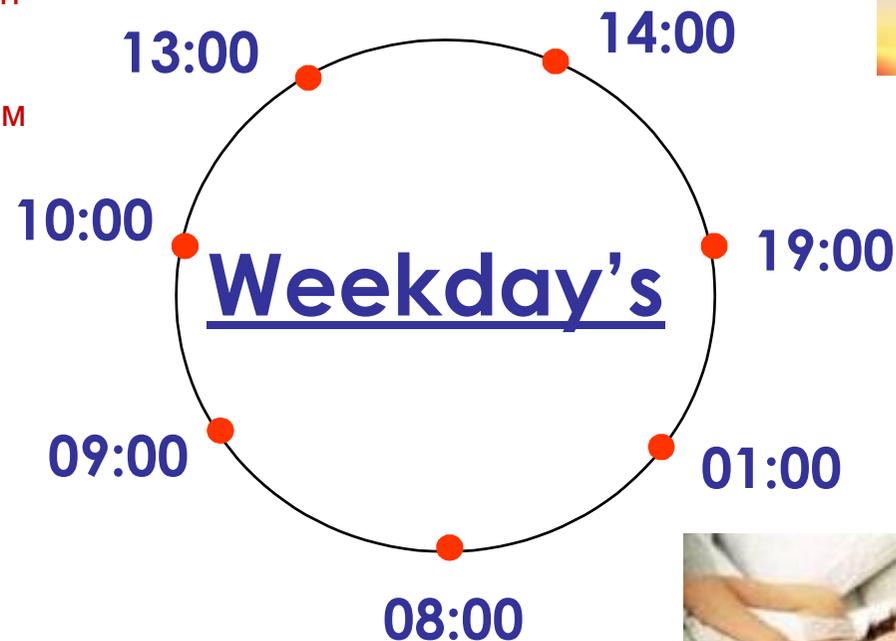
Dinner time
Наружная
реклама,
СМИ



Командировки
Наружная
реклама
в аэропортах,
бортовая пресса



**Поездка
на
работу,
учёбу**
радио,
наружная
реклама



Morning
Телевиде
ние,
радио



Time of rest
Наружная
реклама,
PR,
cross promotion

Lifestyle and Media



Shopping
Наружная
реклама,
печатная
продукция



**Отдых с
семьей**
Наружная
реклама,
печатная
продукция



Завтрак
Телевиден
ие,
Радио

Weekend

11:00

09:00

16:00

22 :00

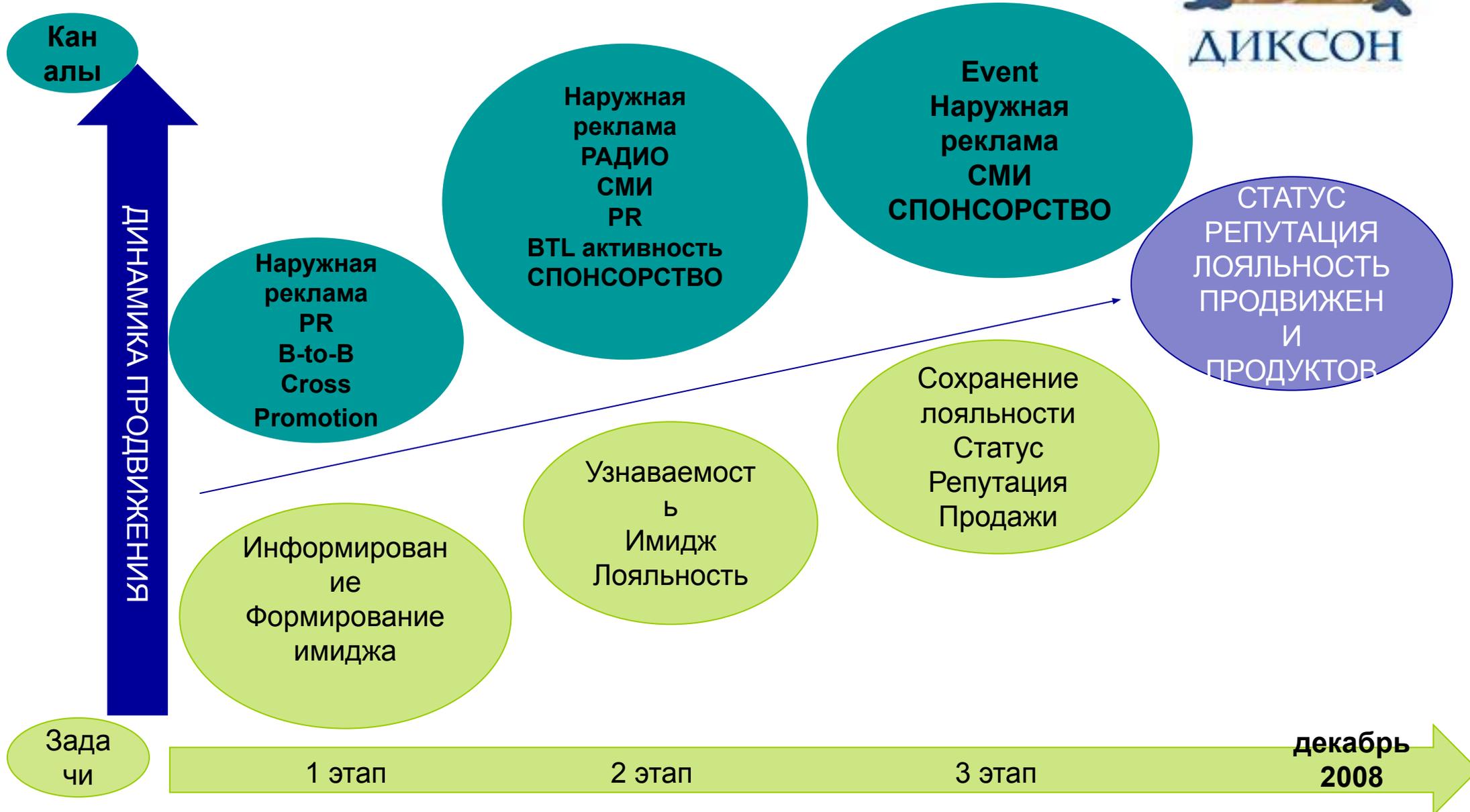
01:00



**Night life
Events**
PR
Cross promotion



Шкала развития



Коммуникационная активность



РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	апрель	май	июнь - авг	сен	окт	нояб	дек
Наружная реклама							
щиты 3x6							
брендмауеры							
реклама в аэропортах							
Модули в печатных СМИ							
деловые							
еженедельные							
бортовые							
PR активность							
специальная (персоналии)							
имидж							
событийный							

Коммуникационная активность



РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	апрель	май	июн - авг	сен	окт	ноя	дек
ВТЛ активность							
Promo HoReCa							
Cross promotion (места присутствия ЦА)							
Product placement							
ТВ активность							
имидж (событийный PR – информационный повод)							
pr (через персоналии)							
Интернет							
Радио							
БИЗНЕС FM							
другое							

Креативная идея.



- Использовать mix каналов ATL и BTL коммуникаций, проведения promo параллельно с жизненным циклом ЦА (комплексно и активно в период запуска)
- Использование цепочки визуальных образов в BTL стратегии с эффектом «дежавю» (я это видел)
- Построение BTL стратегии по нарастающей с узнаваемым BTL инструментом (аудиокниги) и собственным информационным поводом (выставка)
- Вовлечение в исполнение стратегии имён и брендов из других сфер (известные фотографы, автомобильные марки и др.) в сочетании с известными бизнес брендами

Cross promotion с автодилерами (и БИЗНЕС FM).



Cross promotion с автодилерами (и БИЗНЕС FM):

MUSA MOTORS (CHRYSLER, DODGE, JAGUAR, JEEP, LAND ROVER, RENAULT, VOLVO)

АвтоСпецЦентр (AUDI, SKODA, NISSAN)

Программный период: апрель-май; октябрь-декабрь

ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ В ШОУРУМАХ

получение информации об акции и о бренде при ожидании заказа

- информационно - имиджевый носитель (варианты)
- стойка для информации с защёлкивающейся рамкой (формат А3, высота 120 см.)



САЛОН НОВОГО АВТОМОБИЛЯ

- подарок за покупку (аудиокнига)
- информационный воблер на панели приборов
- брендированный автомобильный атрибут

подарок при покупке

- держатель для телефона (выбор модели)

САЛОН АВТОМОБИЛЯ (сервис)

- брендированный автомобильный ароматизатор на зеркало
- информационный воблер на панели приборов



Бизнес центры и отели.



- **Световые пано в холлах**
- **Динамичная фотовыставка**
(преимущественно отели – лоби бары)

В холлах бизнес центров и отелей выставляются по одной фоторепродукции (ч/б) отснятые заранее с «вижл» (вид на окружающий мир глазами бизнесменов мира: вид из окон офисов через призму офисного интерьера, вид из окна автомобиля и т.д.).

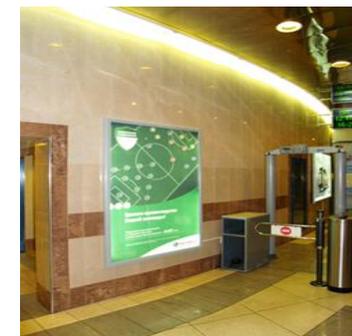
На информационной стойке около фоторепродукции находится информация:

- информация о презентации (выставки) с билетом

Каждый вечер супервайзер меняет картину на следующую (динамичность). Первый вижл может быть пустым с информацией о завтрашнем открытии выставки.

Данный ход привлечёт внимание СМИ (рассылка пресс-релизов), а использование снимков **знаменитых мировых фотографов** придаст данному ходу статусность и значимость.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОВОД – ФОТОВЫСТАВКА (мост Багратион)



EVENT активность.



Место: мост Багратион (выставка для всех) и пресс-конференция с бизнес приёмом в башне «Москва Сити» 27 этаж.

Формат: Финальная фото выставка с интерактивной радиостудией (ведущий с приглашением гостей в студию) и внешней видеотрансляцией.

Преимущества:

- Статус площадки и её соответствие формату
- Возможность проведения мероприятия с широким охватом ЦА
- Несколько элементов мероприятия (пресс-конференция, закрытый гала-приём, массовое промо – выставка) в одном месте
- Удобство подъезда с различных сторон
- Нестандартный ход – ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОВОД – широкое внимание СМИ.



Бизнес - ланч от «МОЙ БАНК».



Места проведения: кафе и рестораны (выборка).

Период: бизнес ланч (от 300 руб/чел).

Инструменты: брендированный счёт-лист или минифолдер, CD, пластиковая карта, тейбл тенс.

