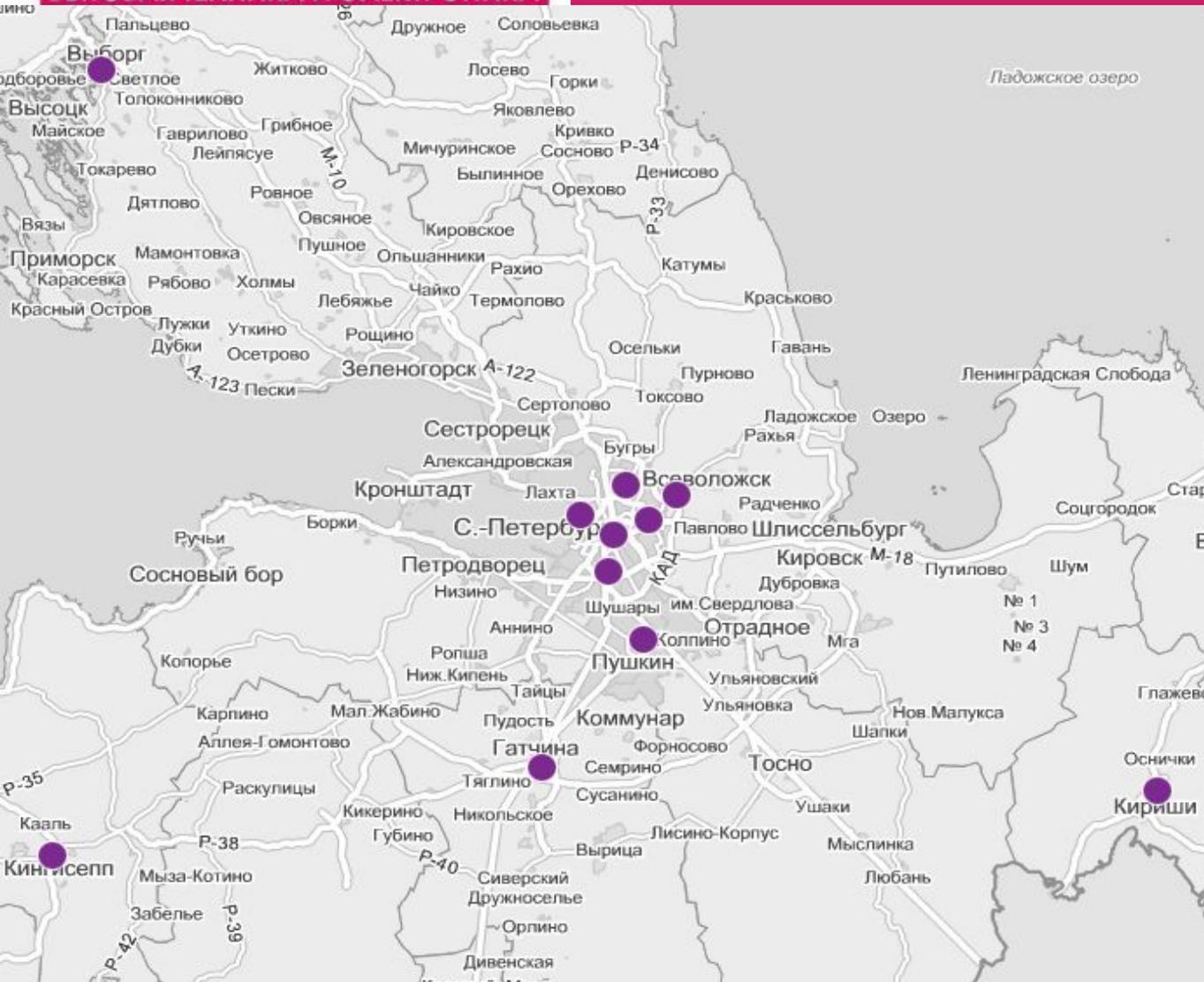




Сеть магазинов бытовой техники и электроники ПРОСТО





Санкт-Петербург:

- Рижский пр., д.2
- Индустриальный пр., д.27
- Добролюбова пр., 20/1
- Бухарестская ул., д. 74/3
- пр. Испытателей д.30, корп.2
- г. Колпино, ул. Тверская, 36/9

Ленинградская область:

- г. Всеволожск, Александровская ул., д. 80
- г. Кириши, ул. Декабристов, 4д
- г. Выборг, ул. Приморская , 25а
- г. Гатчина, пр. 25-го Октября, 42Е
- г. Кингисепп, 1-я Линия, 2Б

Северо-Западный регион:

- г. Псков, Юбилейная ул., 68

Основные бренды

PHILIPS



IBBK



SONY

Panasonic

BEKO



Electrolux



Canon

BRAUN



TOSHIBA

Moulinex

Tefal

SCARLETT

Rowenta

REMINGTON

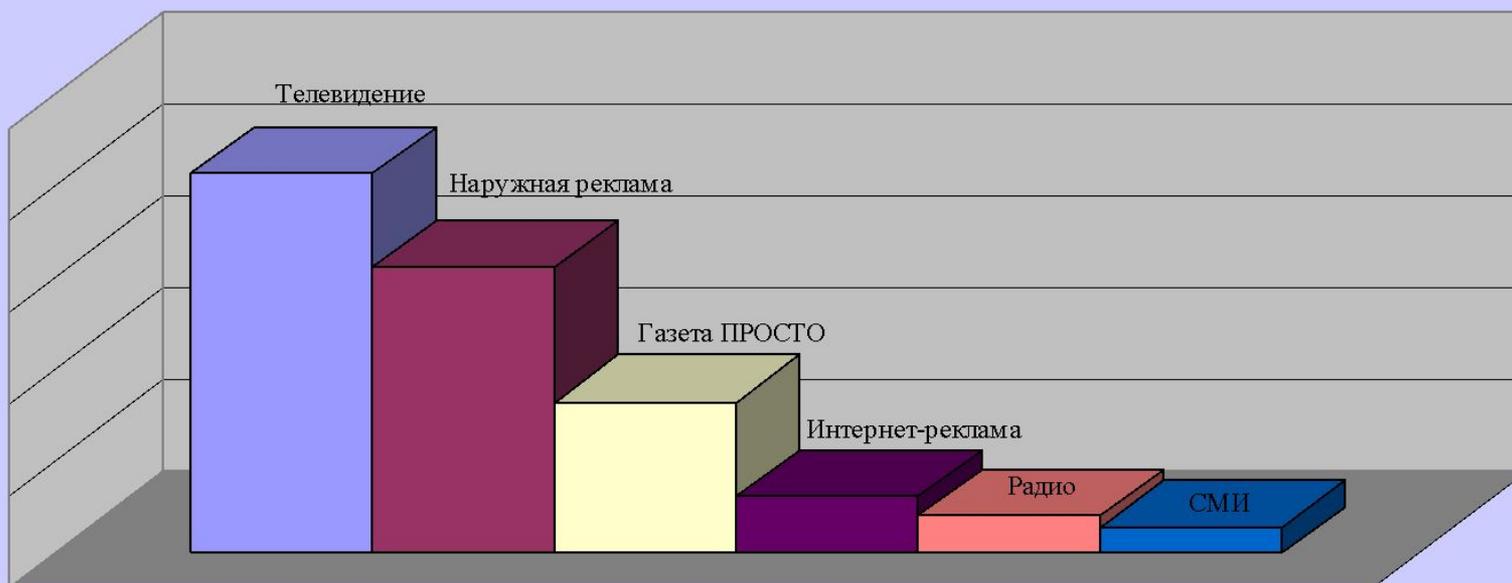
Vitek



В тяжелое кризисное время мы объективно оценили рынок и, в результате, сократили издержки. К примеру, в продвижении всегда есть ключевые каналы, которые дают основные продажи и вспомогательные, от которых можно отказаться без ущерба для общего результата.

В 2010 году нами было принято решение об увеличении адресной программы в Ленинградской области и г. Псков.

Инструменты продвижения



Оценить результат мы можем из проведенного нами исследования «Оценка уровня известности сети ПРОСТО в различных районах СПб, Ленинградской области и Пскове»

Метод исследования

Телефонный опрос на базе ресурсов WorkLine Contact

Выборка

Общее число интервью с учетом тех, кто не покупал технику, - 10 930 интервью. Из них 6 500 полных интервью с покупателями техники.

Цели и задачи исследования

Оценка уровня известности сети ПРОСТО в различных районах СПб, Ленинградской области и Пскове

Определение доли покупателей сетей и магазинов бытовой техники и электроники

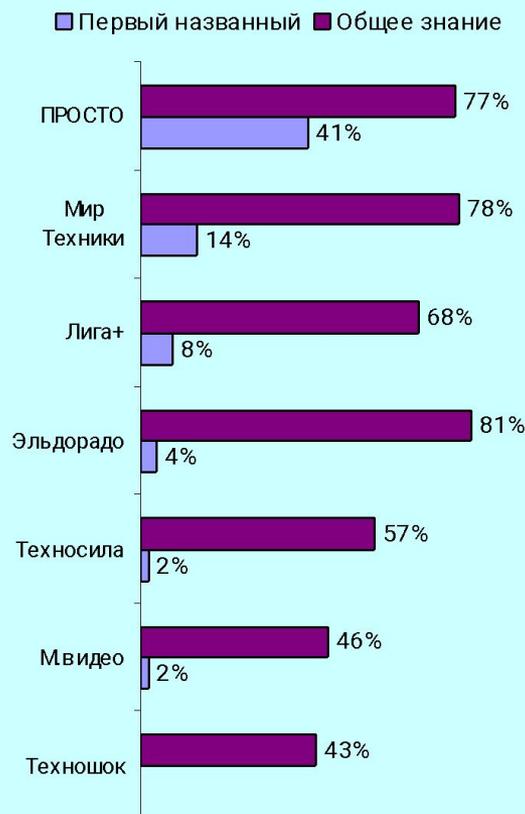
Оценка магазинов бытовой техники и электроники по ряду ключевых показателей.

МАРКЕТИНГ. Исследование область Знание магазинов БТиЭ

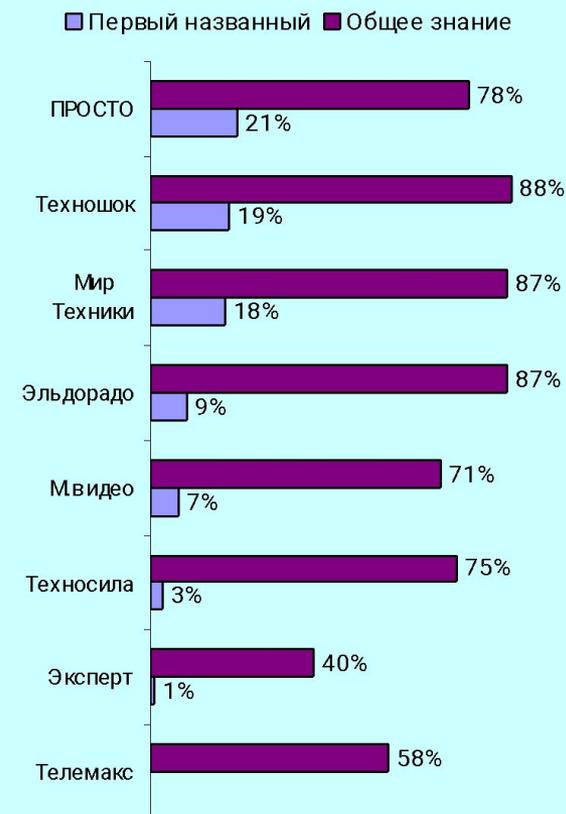
ВСЕВОЛОЖСК



ВЫБОРГ

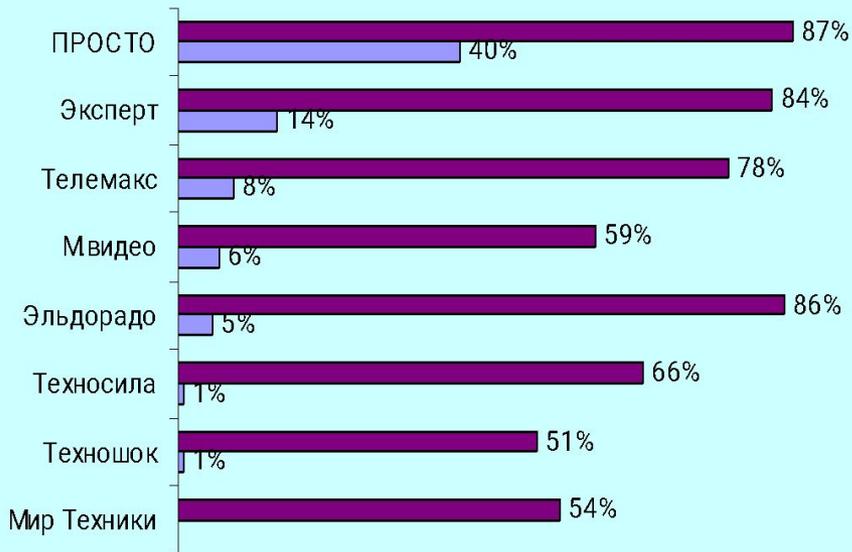


ГАТЧИНА



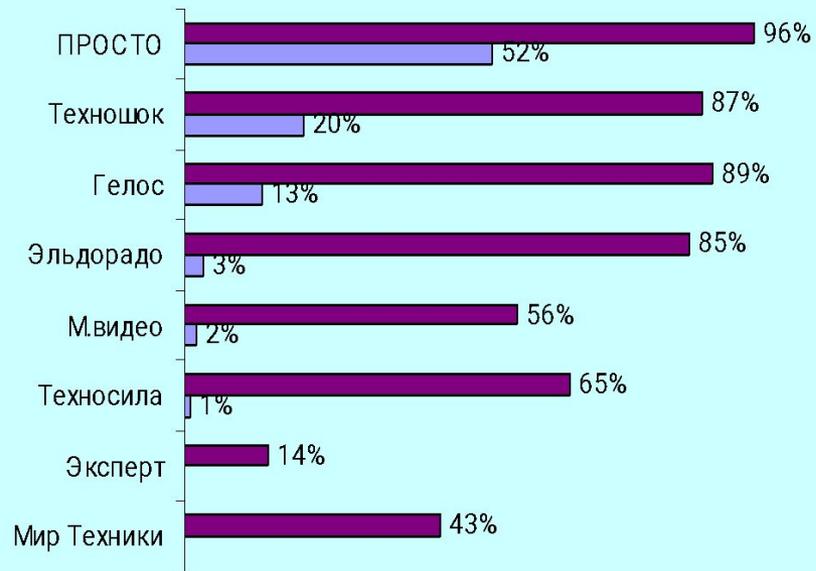
КИНГИСЕПП

■ Первый названный ■ Общее знание



КИРИШИ

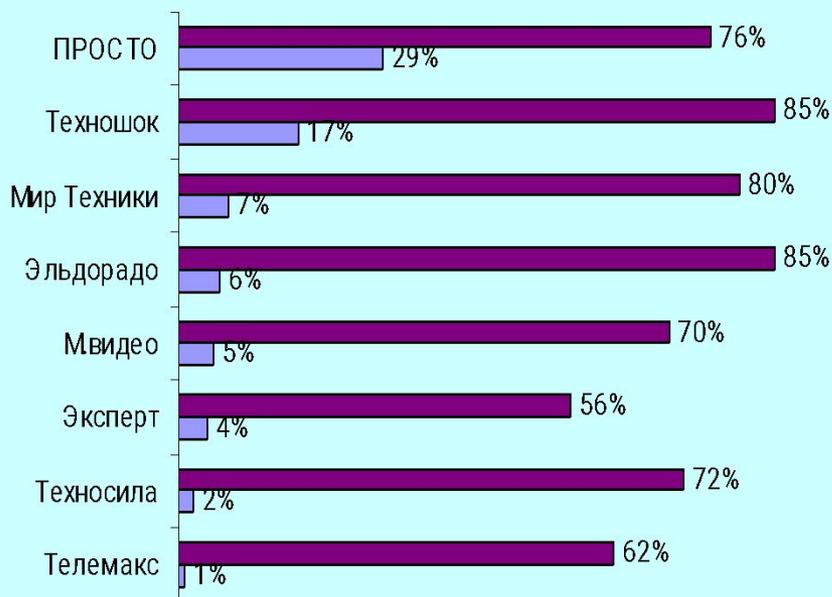
■ Первый названный ■ Общее знание



МАРКЕТИНГ. Исследование область Знание магазинов БТиЭ

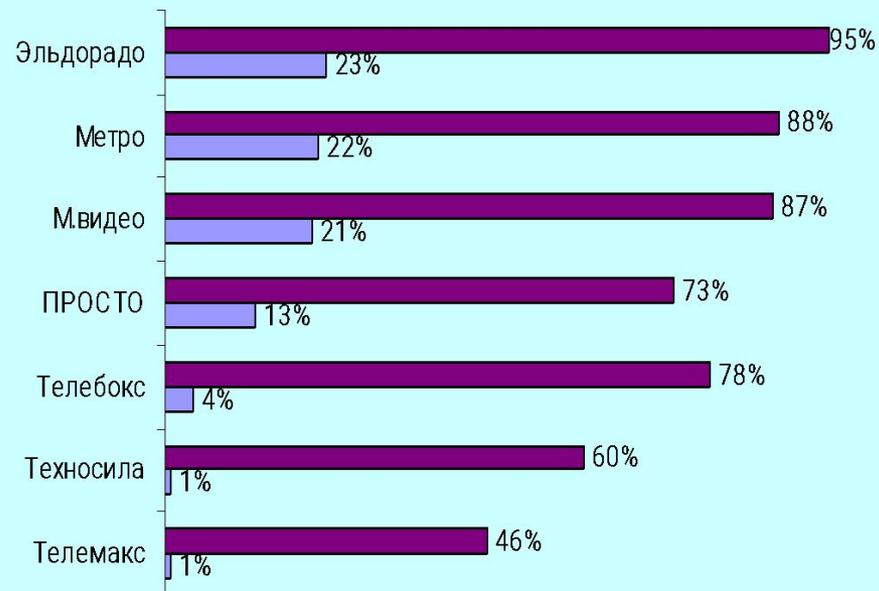
КОЛПИНО

■ Первый названный ■ Общее знание



ПСКОВ

■ Первый названный ■ Общее знание



В своем продвижении мы сосредоточились на уместности нашего предложения и канала его доставки потребителю. В этом случае, по нашему мнению, потребитель заметит рекламу и обратится к бренду.

Поэтому для составления адресной программы одним из критериев для нас является анализ зон доставок покупаемой техники в розничной сети



Наружная реклама





На сегодняшний день в РС ПРОСТО в продвижении участвуют торговые предложения. Все акции разрабатываются исключительно рекламным отделом сети, визуализацией их занимается дизайнерская группа отдела.



Во всех городах Ленинградской области нами в качестве основного инструмента используется наружная реклама (щиты 3x6). Поэтому анализируя продажи до, во время и после рекламной акции мы смело можем сказать что данный вид рекламы работает и приводит все больше покупателей в нашу сеть.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

