


Особенности продвижения женских товаров в Интернете

Елена Коровец
Минск, 4-5 октября 2007 года,
Конференция «Деловой Интернет»



Есть ли разница между рекламой для «М» и «Ж»?

Не большая и не меньшая, чем разница между самими мужчинами и женщинами.

Реклама товаров в Интернете (впрочем, как и в оффлайне), может основываться либо на желании купить **что-либо конкретное** (когда потребность уже сформирована), либо на принципах шоппинга как социального явления (**важен процесс**).

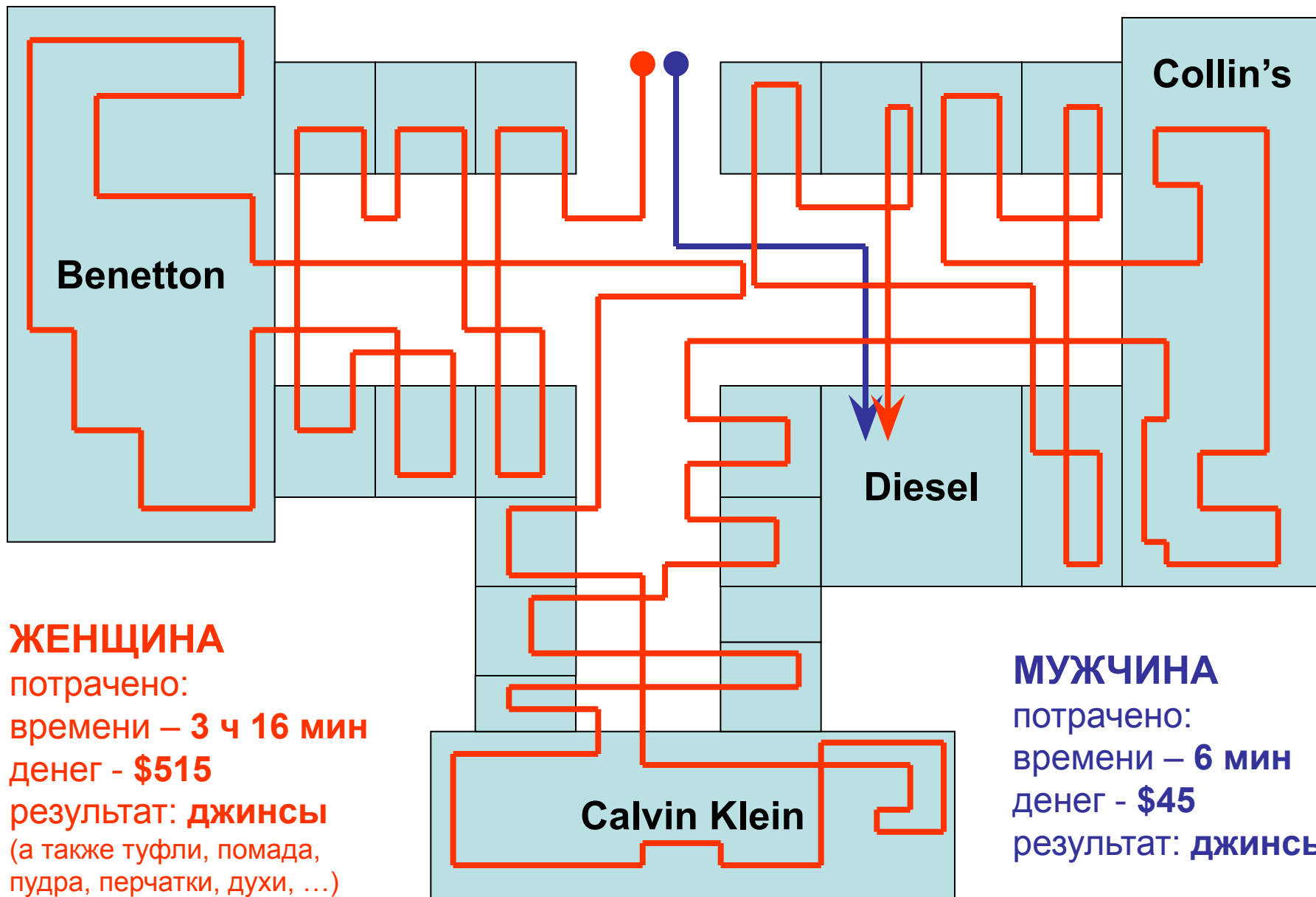


Задача: зайти в торговый центр и купить джинсы Diesel

Каков будет результат при прочих равных условиях,
но при разных главных героях?

Внимание на экран!





ЖЕНЩИНА

потрачено:

времени – **3 ч 16 мин**

денег - **\$515**

результат: **джинсы**

(а также туфли, помада, пудра, перчатки, духи, ...)

МУЖЧИНА

потрачено:

времени – **6 мин**

денег - **\$45**

результат: **джинсы**

Отличия женского шоппинга от мужского

Мужчина:

- идет за покупками - когда ему надо купить **что-то конкретное;**
- покидает место продажи - **когда купил необходимую вещь.**




Post Reply

Страница 2 из 4 < 1 2 3 4 >

Опции темы Поиск в этой теме Оценить тему

19.09.2007, 19:23 #21

принцесска
Кандидат в...



Регистрация: 05.09.2007
Сообщения: 242

по поводу того что лучше иметь низкую самооценку лучше чем высокую согласна. идеально вообще правильную. у меня была подруга... хм.. ну не красавица, полная довольно и низкого роста. так мы как то по чаю общались с ней с парнями. когда она описала себя как шикарную брюнетку с великолепным телом... 😊 я подумала а что же мне сказать? бедый бедный тот папень 😊

я вот нашла себе терапию. лечусь шопингом. дорогое лечение тк делаю с пользой для себя . вот плохо мне и иду покупаю кремик или пудрчку все для себя любимой. все таки подумала что сначала нужно самой себя полюбить.

а вот вы девушки мне очень помогли. и советами и позитивом заряжаете. кроме того это общение с новыми людьми 😊 я на форуме много интересного и нового узнала. вот теперь думаю, что лучше косметику покупать люксовскую. (опираюсь на ваши советы и мнение) все таки это только для меня.

Do I attract you? Do I repulse you with my queasy smile? Am I too dirty? Am I too flirty? Do I like what you like?

Quote

... и покидает она место продажи,
когда у нее... закончились деньги 😊.

Ставка на идеологию

Механизм выбора способа продвижения товаров через Интернет логичнее основывать на особенностях мужской и женской идеологий шоппинга.

А именно:



МУЖЧИНА

ЖЕНЩИНА

В шоппинге важен:

Результат

Процесс

Потребность:

Четко определена

Склонность
к ее преувеличению

м.б. сформирована
«по ходу»

Время на выбор:

Свести к минимуму

Максимум возможного

**Процесс выбора
товара:**

Часто покупает
первое попавшееся

Выбирает долго
и тщательно среди
множества альтернатив

«Логистика»:

Идет в конкретный
магазин (1-2)

«Поход» по магазинам

**Владение инф-цией
о товаре:**

Почти отсутствует

Предварительное изучение
свойств, цен и пр.

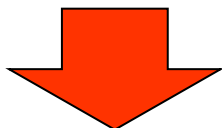
Реализация в Интернете

МУЖЧИНА

Выбор конкретного
товара через
поисковые системы
и торговые
площадки

+

Специализированные
издания и форумы
(мнения
специалистов
и опытных
пользователей)



ПОКУПКА

ЖЕНЩИНА

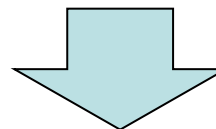
1. «Мужская тактика»
(потребность сформирована)

+

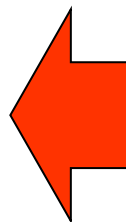
2. «Женская тактика»:

Тематические статьи
(в т. ч. контекстная реклама
в них)

Дискуссии



«А ведь мне это,
оказывается, надо!»



Реклама женских товаров в Интернете

Стратегия выбирается в зависимости от того,

- какие виды услуг или товаров вы представляете (уникальность, распространенность, цена и пр.);
- какое мнение в отношении них сформировалось у целевой аудитории;
- насколько сильны ваши конкуренты (и есть и они вообще?);
- какова их стратегия на рынке;
- вы – оптовый или розничный продавец;
- какими силами вы располагаете и т. д.



Основные инструменты

1. **Статьи** (аналитика и рекламные, тематические и товарные)
2. **Новости** – общие и титульные
3. **Баннеры** (д. б. яркими и эффектными)
4. **Текстовая реклама**
5. **Форумы** («сарафанное радио в кубе»)
6. **Интерактивные игры**
7. **Акции**

Каждый инструмент выполняет строго **отведенную ему** роль и далеко не всегда может быть заменен другими инструментами.



Пример 1.1.

Статьи и текстовая контекстная реклама

Сделать довашней страницей!

ЖУРНАЛ Женские Страсти

Красота : Moda : Диеты и фитнес : Гороскопы : Здоровье : Семья : Дети : Любовь : Секс : Ритуалы : Беременность : Эзотика : Религия : Новости и события : Знакомства : Игры

533 Ккал

569 Ккал

555 Ккал

Страсти рекомендуют:

- Увеличение груди, фотозащипка
- Нужно ли бороться с целлюлитом?
- Российские ювелирные
- Одежда и обувь модных
- Эффективные способы похудения!
- Скажи целлюлиту прощай!
- Возможности современной косметологии
- Увеличение груди без операции
- Новая формула
- Раскрыта тайна
- Элитная косметика моря
- Обруч Хула Хуп
- Максибюст - грудь

Женские страсти

- Красота
- Волосы
- Кожа
- Косметика
- Косметология
- Лицо
- Макияж
- Ноги
- Парфюмерия
- Природные средства
- Прически
- Руки
- Салоны красоты

КАК НАЙТИ СВОЙ СТИЛЬ? СОВЕТЫ ИМИДЖМЕЙКЕРА

01-10-2007 @ 00:00

Раздел: Красота / Уроки стиля

В последние годы профессия имиджмейкера стремительно набирает популярность, на экране появляются все новые и новые проекты, посвященные тонкостям создания образа. Но охватывает ли создание стиля, обязан за «правильный» костюм, модная укладка и актуальные прически? На что действительно влияет имидж и как создать свой стиль? Чтобы выяснить это, отправив на почту своего корреспондента. Об этом...

Начнем с того, что задание редакции пришлось как нельзя кстати – меня уже давно что-то смутно в себе не устраивало.

В общем и целом я себе нравлюсь, но мне как перфекционистке в образе...

получи 50% СКИДКУ НА

Текстовая реклама
целого спектра услуг
предприятий,
не конкурирующих
друг с другом

Реклама
имидж-агентства:
услуги имиджмейкеров
и стилистов

Пример 1.2. Статьи (обзоры)

Понедельник, 1 октября, 2007


DRESS-CODE.COM.UA

одежда из Италии




SHOPPING


- Главная
- Fashion Show >
- Модные новости >
- Шопинг >
 - > 16 модных идей
 - > Как выбрать модное платье?
 - Короткие жакеты
 - Модная осень 2007
 - Как выбрать свой белый?
 - Must have осени
 - Viva Las Vegas
 - Шопинг здесь и сейчас!
 - Модная покупка сезона
 - Официальный dress-code
 - Стилисты советуют!
 - Модные платья
 - Fashion новости
 - Революция в мире шопинга!
 - Модные хроники шопинга!
 - Модные идеи! ФОТО
 - Вечерне-дневное превращение
 - 60-е правят!
 - Прогноз стили!



MUST HAVE



MTC-кредит
Розмовляйте БІЛЬШЕ зараз,
платіть потім



Think. Feel. Drive.  SUBARU

**САМАЯ
ДОЛГОЖДАНАЯ
НОВИНКА ГОДА**

**Реклама обуви, одежды
и аксессуаров в статьях-обзорах
модных тенденций**

Пример 2. Баннеры – красивые и эффектные

The image shows a screenshot of the FashionTime website. At the top, there is a navigation bar with the site logo "FASHION TIME® Российский Портал о Mode" and a menu with links for "RSS", "Авторизация / Регистрация", "Информер", "Рассылка", and "Поиск". Below the navigation bar is a banner featuring five stylized illustrations of people's faces. The main content area is titled "Спецпроекты FashionTime" and features a section for "Неделя джинсовой моды" with a "Wrangler" logo and a description of denim fashion. A large orange arrow points from this section to a detailed advertisement for Christian Lacroix perfume. The advertisement shows two perfume bottles, one silver and one red, with the text "Представляем Christian Lacroix Парфюмерная вода" and "Rouge - для нее, Noir - для него". At the bottom of the advertisement, it says "Эксклюзивно для AVON".

Имиджевая баннерная реклама парфюмерии

Пример 3. Новости – стандартные и титульные

www.diva.by | O Diva.by | Сообщество | Здоровье | Бизнес | Красота | Образ и стиль | В фокусе | Дивно жить! | Форумы

C'est la Fete: симфония невинности и соблазна

Зал затих за молочно-лимонной блестящей эмблемой Christian Lacroix. Чувствовалось шевеление. Два, три – секундная стрелка, сделала три рывка, остановилась на самой верхушке. Вдох... Аккорд...

[подробнее...](#)

Читайте в августовском номере «Женского журнала»!
СМИ / Женский журнал

Читайте в новом номере журнала «Свадебный сезон»
СМИ / Свадебный сезон

Обзор новинок парфюмерии и косметики. Выпуск 4
Красота / Новинки

Новый домашний кинотеатр Philips: удобно и стильно
В фокусе / Показы и презентации

Уход за телом во время беременности

Новые скидки предлагают:

Салон красоты «Старое Предместье» — 10%;
Интернет-Магазин «Созвездие красоты» — 7%;

5%

скидки на прокат и приобретение

Макияж в одно прикосновение

Поиск

09 августа 2007 / Образ и стиль
Новая коллекция белья от Chantal Thomass

Реклама парфюмерии в титульной новости (информационный + имиджевый формат)


информационный + имиджевый формат

стандартный формат в новостях

Пример 4.1

Форумы: консультации, обратная связь

Вера С
Советник



Регистрация: 10.12.2004
Сообщения: 644


А ці ёсць у продажы гэты танальнік (і калі так, то колькі каштуе)?
<http://www.menard-cosmetic.com/produ...foundation.jpg>

Усе шырокія абагульненні памылковыя, уключаючы гэтае.

Edit Quote

08.05.2007, 22:38 #391


Наталья Гордиевич
Маркетинг-менеджер
компани «БестПарфюм»



Регистрация: 10.05.2006
Сообщения: 281

Цитата:
Сообщение от **Вера С**
А ці ёсць у продажы гэты танальнік (і калі так, то колькі каштуе)?
<http://www.menard-cosmetic.com/produ...foundation.jpg>

К сожалению, нет. В поставке его не было. Имеются только тональники для всех времен




года

Пример 4.2.

Форумы: отзывы и обсуждения - «сарафанное радио в кубе»


08.05.2007, 08:43 #388

Olya*
Гигант мысли



Регистрация: 05.04.2006
Адрес: Минск, Беларусь
Сообщения: 1,909

Мне очень понравился этот корректор:



Отличная вещь, синяки скрылись, морщинки не подчеркнулись и ничего нив какие складочки не забивается! Я нашла свой корректор!
Спасибо Диане Ревяко за наводку

Из опробованных покупок был ещё карандаш для бровей 😊, ну и конечно же моя мечта- крем для умывания !

Из тестеров:

- 1.Новая линия Saranari по сравнению с Tsukika, на мой взгляд, более нежная по текстурам и пенка по моему пенится ещё лучше 😊 !!!, а так же порадовало присутствие крема вокруг глаз, но пока не могу сказать о каких то результатах-пользую тока 2 дня.
2. Помады, уже в два тона я влюбилась, но вот раньше ,когда смотрела помады ,эти тона даже не подумала протестить, цвета казались не моими...теперь понимаю -мои!
3. Тестер водички L'eau de RYOKUEI . Попробовав этот аромат в Элатио -влюбилась с первого занюха, попросила пробник ,чтобы поносить его...мой аромат...

Наталья, вопрос :Не могли бы Вы разложить этот аромат по нотам, прям сгораю от любопытства ,что там такого, во что я так влюбилась?

И моё спасибо Вам за предоставленные пробники теперь у Вас +1 клиент 😊 , все мои мечты и хотелки сейчас связаны с Менардом!

Пример 5.

Интерактивные игры: директ-маркетинг online

Kotex.Puzzle



• Время игры: 00:19



- Прокладки на каждый день
- Прокладки Ultra Normal Plus
- Прокладки Ultra Normal
- Прокладки Ultra Super Plus

ВЫБЕРИ СВОЙ СТИЛЬ!

- Условия игры
- Дискуссия
- Призы

Kotex



Угадай, какая картинка на этом продукте:

T	Тампоны Super
---	---------------




Kotex-test
(Игра-тест «Хорошо ли ты знаешь Kotex?») —

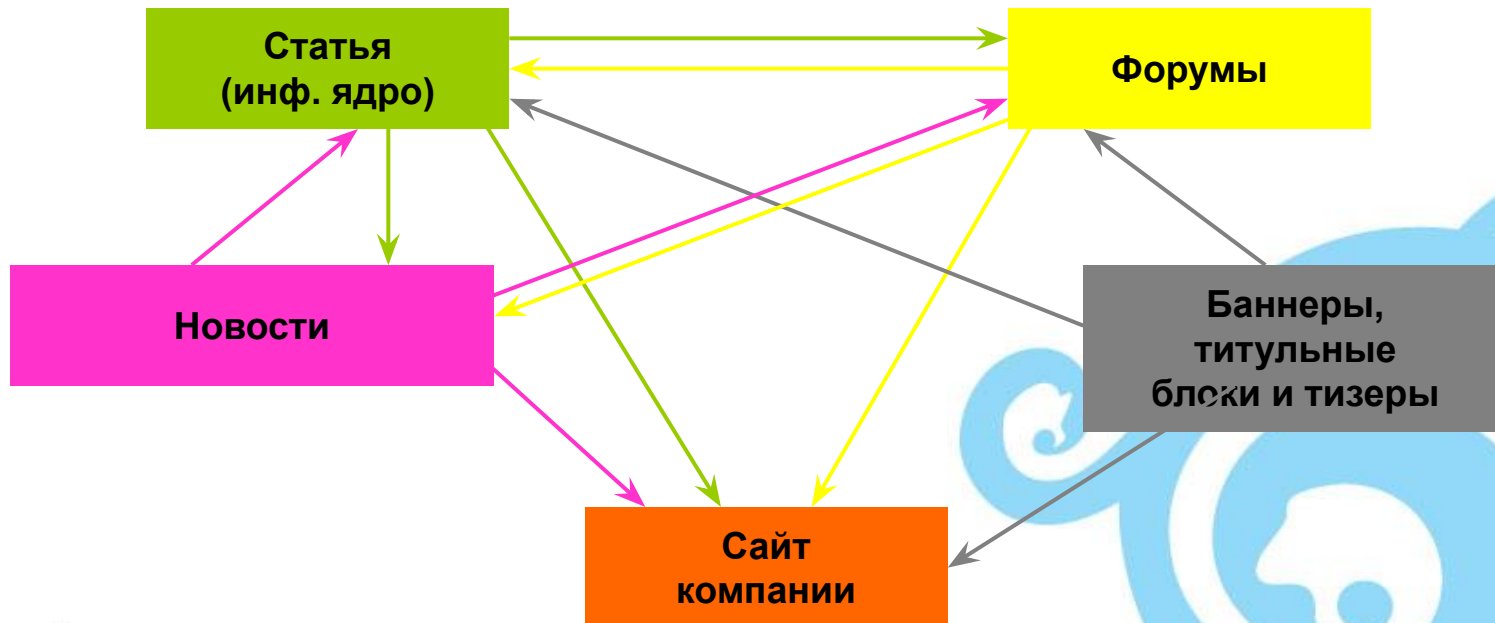
пазл **Kotex.Puzzle** —

Algologie Sea Quiz —
игра-головоломка

Algologie
FRANCE
ВСЯ СИЛА И КРАСОТА МОРЯ
00:43



Использование эффекта синергии: не сложение, а умножение





**Пусть желаемый эффект
превзойдет Ваши самые
смелые ожидания!**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Елена Коровец

<http://www.diva.by>

e@diva.by

GSM: 6-12345-7

ICQ# 30139128

