


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**).

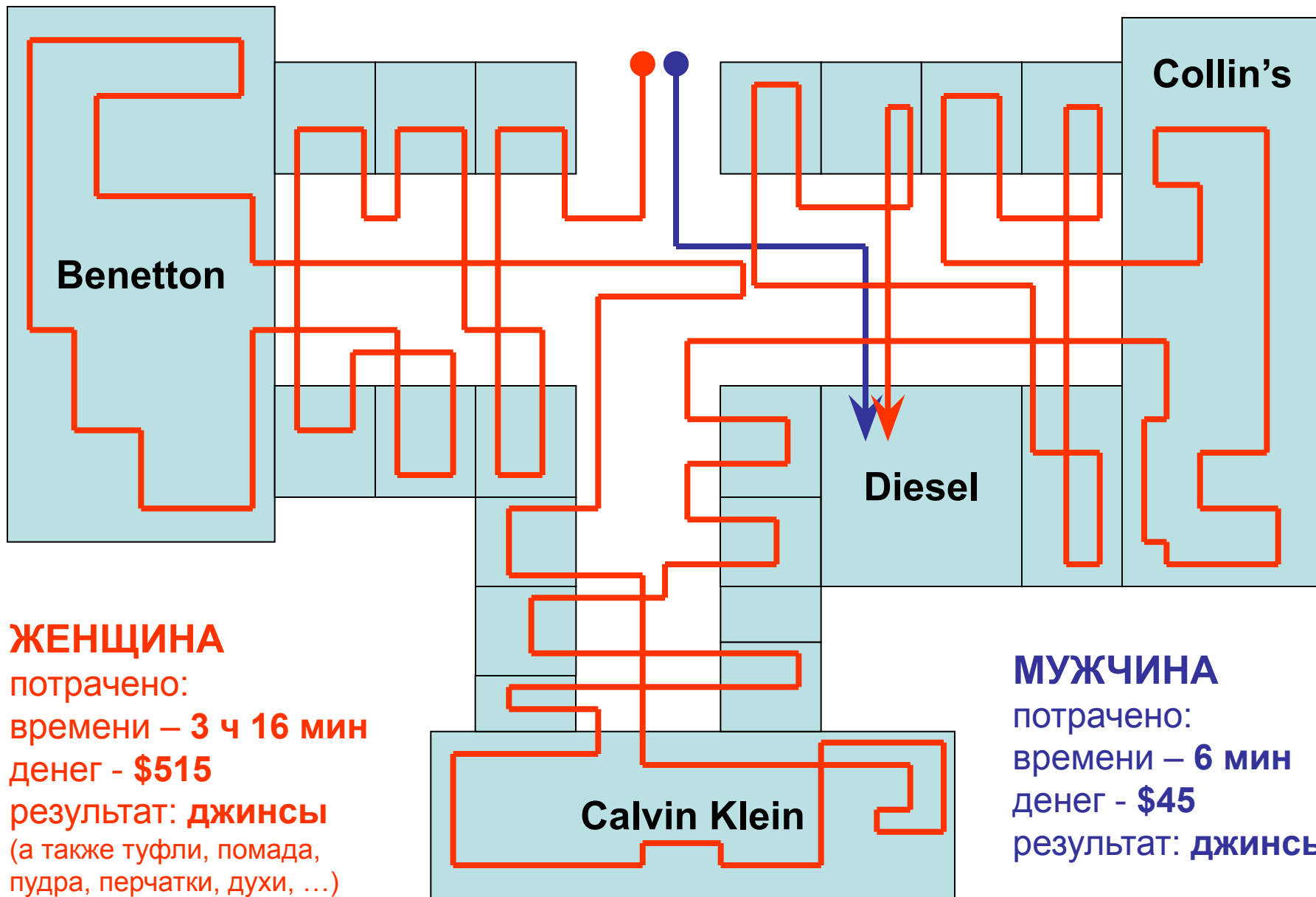


Задача: зайти в торговый центр и купить джинсы Diesel

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.

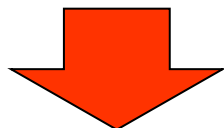
Реализация в Интернете

МУЖЧИНА

Выбор конкретного
товара через
поисковые системы
и торговые
площадки

+

Специализированные
издания и форумы
(мнения
специалистов
и опытных
пользователей)



ПОКУПКА

ЖЕНЩИНА

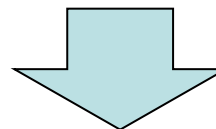
1. «Мужская тактика»
(потребность сформирована)

+

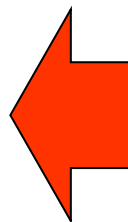
2. «Женская тактика»:

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

533 Ккал

569 Ккал

555 Ккал

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

Страстная и красивая

"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

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 консультацию своего корреспондента. Об этом рассказывает...

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

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

**Реклама
имидж-агентства:
услуги имиджмейкеров
и стилистов**

Женские страсти


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

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 хиты шопинга!
 - Модные идеи! ФОТО
 - Вечерне-дневное превращение
 - 60-е правят!
 - Праздник 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" and the tagline "Российский Портал о Mode". Below the logo is a decorative illustration of three people in fashion. To the right of the logo is a horizontal banner featuring five stylized, colorful illustrations of people's faces and heads. Below the banner is a navigation menu with links for "RSS", "Авторизация / Регистрация", "Информер", "Рассылка", and "Поиск".

The main content area is titled "Спецпроекты FashionTime". The first featured article is "Неделя джинсовой моды" (Jeans Week), which includes a small image of a pair of jeans with the "Wrangler" logo. The text of the article describes the evolution of denim in modern fashion. Below this article is another one titled "С Днем Рождения, Джон Гальяно!" (Happy Birthday, John Galiano!).

On the left side of the page, there is a vertical navigation menu with various categories such as "Главная", "Фоторепортажи", "Видео", "Новости", "Статьи", "Анонсы", "Модельные агентства", "Свободные модели", "Спецпроекты", "Конкурсы Online", "Астрология моды", "Стильное кино", "VIP-гостиная", "Форум", "Блог", "Реклама", "О нас / Контакты", "Дизайнеры", "Бутики", and "Салоны красоты".

A large orange arrow points from the text "Имиджевая баннерная реклама парфюмерии" (Image banner advertising perfume) to a detailed advertisement for Christian Lacroix perfume. The advertisement features two perfume bottles, one silver and one red, set against a dark, textured background. The text in the advertisement includes "Представляем Christian Lacroix Парфюмерная вода", "Rouge - для нее, Noir - для него", and "Эксклюзивно для AVON".

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, сделал 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?») —

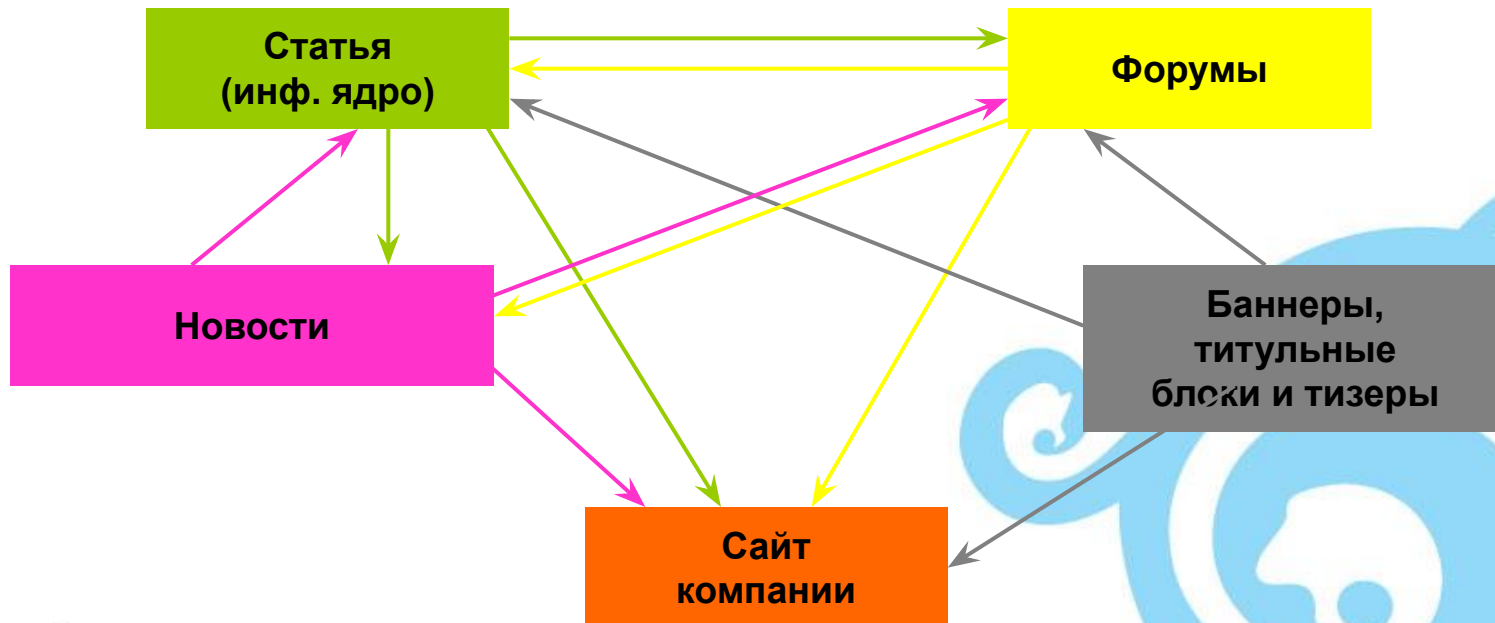
пазл **Kotex.Puzzle** —

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

