

Необходимые и используемые рекламные мероприятия :

информация на сайте, буклеты, листовки, наружная ТВ и радиореклама, размещение в СМИ с посылом о том, о том, что у нас:

- Индивидуальные и партнерские отношения с каждым клиентом
- Оптимальный сбалансированный ассортимент
- Наличие необходимого товарного запаса
- Налаженные отношения с поставщиками
- Высокопрофессиональная команда менеджеров по продажам
- Профессиональные консультации по технологиям применения
- Комплектация объектов любой сложности

PR – должен подчеркнуть особенности бренда и повысить репутацию (то, что думают о нас).

Обязательно: Специфичные, эффективные каналы донесения информации до целевой аудитории, так как аудитория B2B — требовательная, объективная, не поддающаяся на манипуляции (например, скидка ☺).



Партнерская конференция:

- *Инновационный способ сотрудничества
- *Укрепления сотрудничества
- *Прямой диалог между производителем и конечным потребителем (профессиональными строителями)
- *Обмен опытом, знаниями, контактами.
- *Получение актуальной информации (для традиционно консервативной отрасли - строительной)
 - * Способ доказать все те преимущества нашей компании, которые транслирует реклама

Пул приглашенных:

1. Представители компаний-производителей. (например, концерн «Knauf», компании «Таркетт»), которые представляют разные группы товаров
2. Представители крупнейших кузбасских строительных компаний, отделочники. (те, кто принимает решение о покупке, о внедрении технологий)
3. Сотрудники группы компаний Стройкомплект: менеджеры по продажам, категорийные менеджеры, руководство.

Партнерская конференция для организатора – группы компаний Стройкомплект:

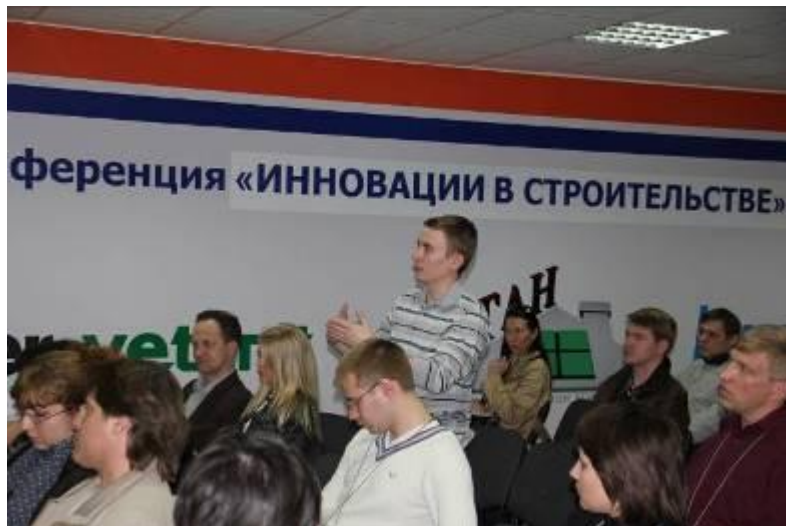
*Возможность заявить о стратегии своего развития, о планах и перспективах, поделиться результатами, обозначить тенденции развития рынка в целом от лица первого лица компании.

*Возможность продемонстрировать свои преимущества и обозначить ключевые компетенции



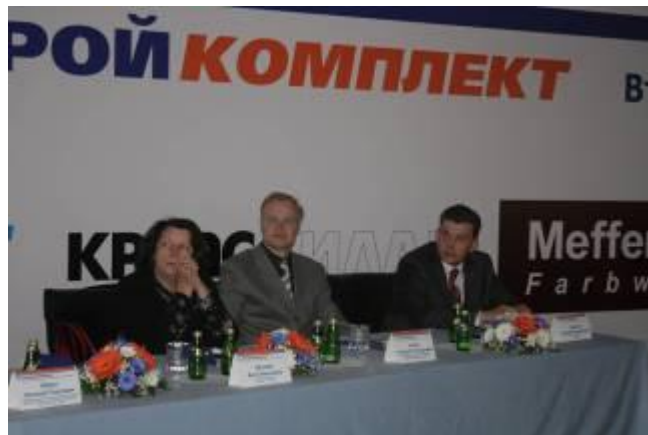
Партнерская конференция для клиентов компании:

- *Возможность получения актуальной информации
- *Возможность задать вопросы напрямую тому, кто производит и продает
- * Возможность понять и ощутить особенности компании - организатора



Партнерская конференция для поставщиков:

- *Возможность донесения актуальной информации о своих инновациях, линейках продукции и политике развития в целом
- *Возможность «понять» аудиторию и специфику рынка региона
- *Возможность ответить на вопросы
- *Моментальная обратная связь с конечным потребителем



Проведение демонстраций и мастер-классов во время перерывов и кофе-брейков.

*Реальное подтверждение актуальности и эффективности новых товаров и инновационных технологий.



«Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать»

Экскурсия на Распределительный центр класса «А».
(Введен в эксплуатацию в 2009 году).



Элементы ток-шоу, блиц-опрос:



По окончании мероприятия:



Спасибо за внимание!

Валентина Коваленко
Начальник PR-отдела
группы компаний Стройкомплект
Тел: (3842) 48 88 88
8-906-935-5370
E-mail: v.kovalenko@stkem.ru