

Разбор кейса “Colgate - Palmolive Cleopatra”



- Группа №2:
- Багаутдинова Г.
 - Балагурова А.
 - Гольд Д.
 - Лубенская Е.
 - Макаркина И.
 - Осипова О.
 - Уткина М.
 - Шаблюк А.
 - Шаповалова А.

Анализ рынка провинции Квебек

Анализ «5 сил конкуренции» по Портеру



Социально-культурные факторы

- Квебек – центр французско-канадской культуры
- Самобытность
- Семейные ценности: преемственность и сохранение традиций
- Ведение здорового образа жизни
- Приоритет качества, полезности и природности ингредиентов над внешними характеристиками
- Высокая продолжительность жизни

Причины неудачи марки «Cleopatra» в провинции Квебек

Самобытность Квебека



Аналогичные промоушен - акции

Управление маркетингом из головного офиса



Нечеткое выделение целевой аудитории



Неверное позиционирование:

- “Премиальное туалетное мыло по уходу за кожей, обладающее **уникальными** качественными свойствами и **высокой ценой**”

Слишком амбициозные цели



Неудача рекламных кампаний



Возможные пути решения

1. Изменение основного направления маркетинговой стратегии



2. Проведение промоушн-акций



3. Работа с розничными продавцами



4. *Ценовая политика*



5. Рекламный ролик

Спасибо за внимание!