

Особенности и стратегия продвижения на рынке бренда VICHY на рынке

КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ.

Выполнила Сорокина Ирина ФСС-35
Научный руководитель Музыкант В.
Л.

Цель:

Рассмотреть особенности формирования и позиционирования бренда VICHY на рынке косметических средств

Задачи:

- Определить целевую аудиторию компании
- * Исследовать конкурентное окружение компании Apple
- * Изучить рекламную поддержку компании и её продукцию

Поле стратегий конкурентной борьбы



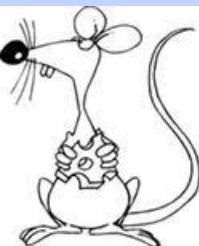
Dior



LANCÔME PARIS



AHAVA



LUMENE



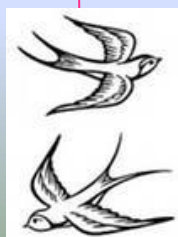
LIERAC



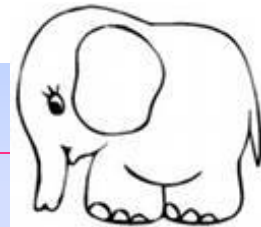
BOBBI BROWN



MAC



Бизнес-портфель



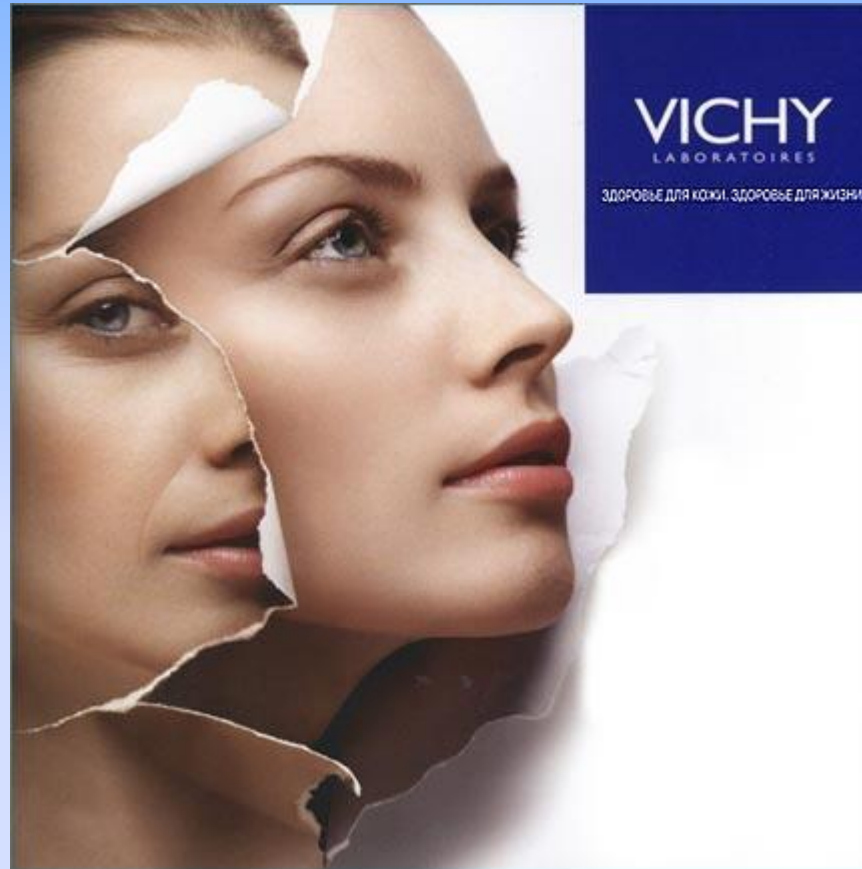
Матрица ВСГ



УТП



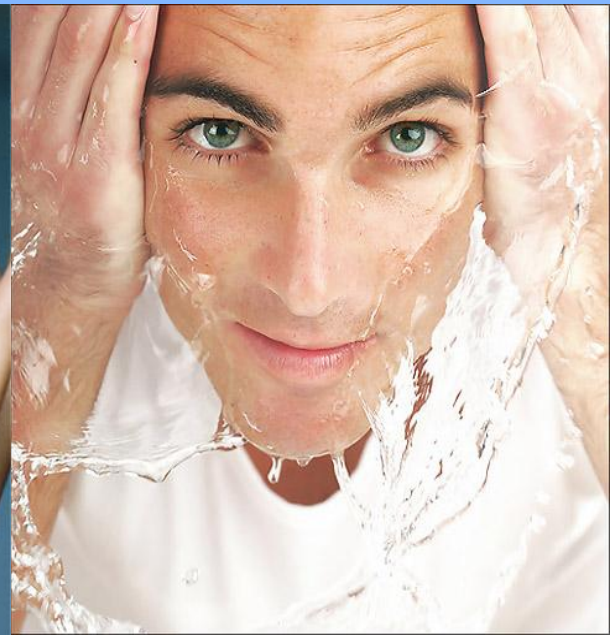
Brand mapping



Brand personality



Целевая аудитория

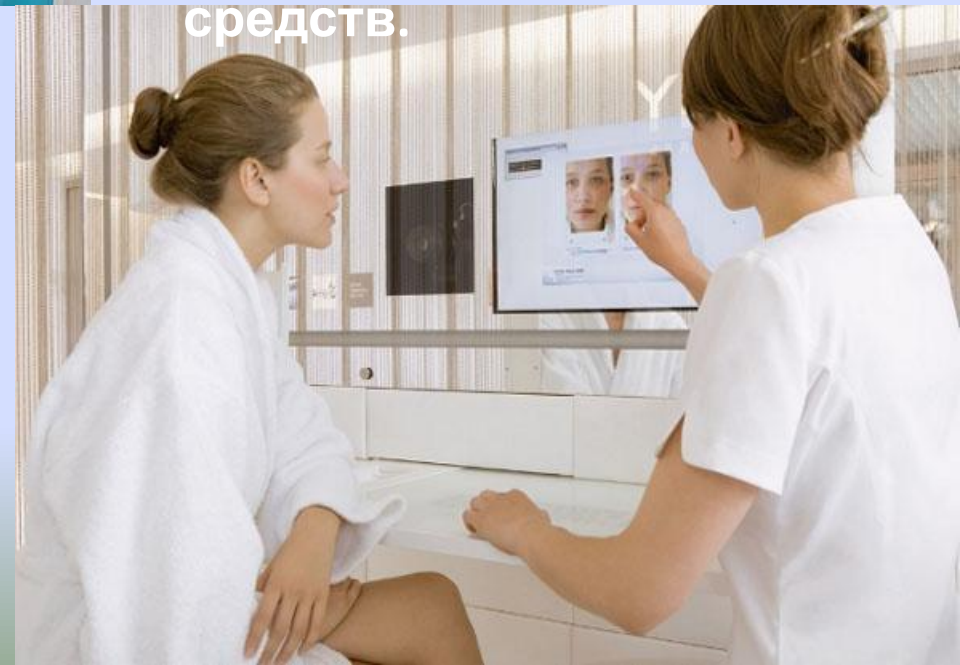


Фокус позиционирование



- Четкая сегментация продуктов.
- Продавцы-консультанты, работающие с продукцией Vichy специально обученные и могут оказать квалифицированную помощь при выборе средств.

- Вся продукция Vichy проходит клинические исследования и тестирование на аллергию.
- Продукция Vichy продается только в аптеке.



Виды рекламы

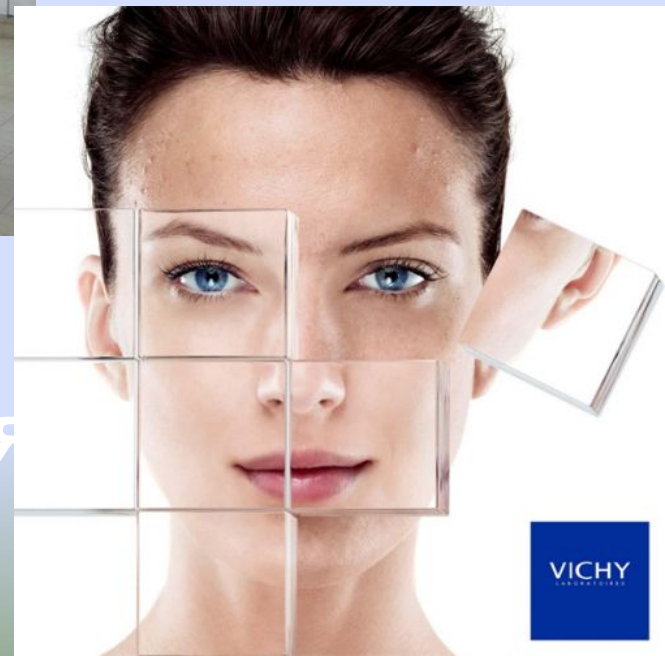


увещевательная

информативная



напоминающая



Слоган

ЗДОРОВЬЕ – ЭТО КРАСИВО

VICHY
LABORATOIRES

Рыночное позиционирование

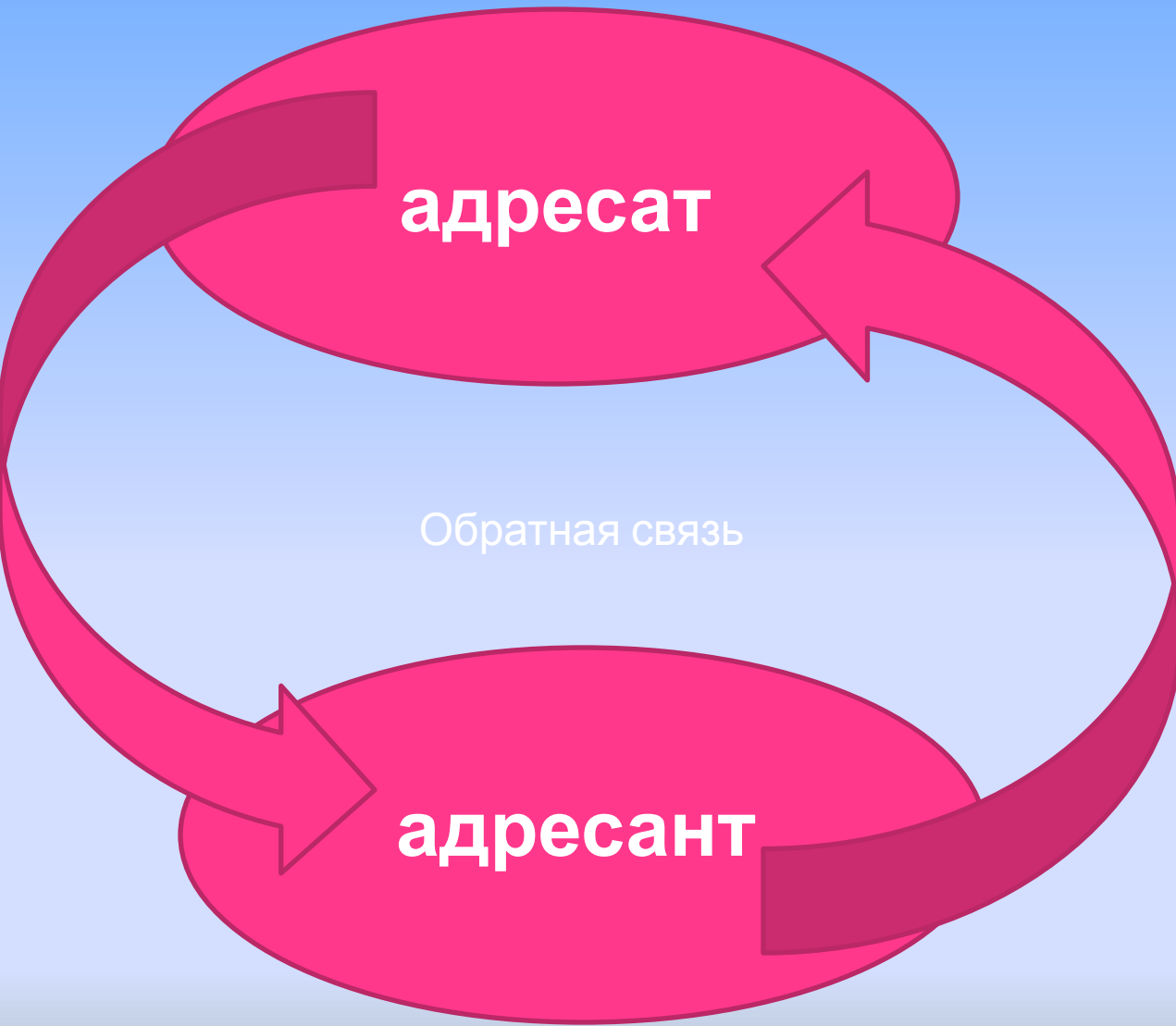
The logo for VICHY, featuring the word "VICHY" in white, uppercase, sans-serif font, centered within a solid blue rectangular background.

VICHY

- Это
качество
- Индивидуальный подход к клиентам
- Решит любые проблемы твоей кожи

- Уникальные научные разработки и
передовые технологии

PR модель



Выводы:

1. ЦА VICHY –это люди , нуждающиеся в качественном уходе за кожей лица, тела и головы.
2. Основными конкурентами VICHY являются аптечные косметические линии BIODERMA, La Roche-posay.
3. VICHY известна во всем мире благодаря чудодейственной термальной воде.