

The background of the slide is an abstract, flowing pattern of blue and white. The colors transition from a deep, dark blue on the left to a bright, almost white light on the right. The pattern consists of smooth, undulating lines that resemble liquid or light waves, creating a sense of movement and depth. A solid dark blue horizontal band is positioned across the middle of the image, serving as a backdrop for the text.

Электронный ДЫМ

# *I Like*

- Основана в 2009 году
- Дистрибьюторская сеть – 300 партнеров
- Среднемесячный оборот – 3,3 млн руб.
- Продажа как одноразовых, так и многоразовых электронных устройств
- Проведение промоакций
- Реклама размещена на 28 московских троллейбусах
- Собственный интернет-магазин
- Контракт с Санкт-Петербургской компанией „Табак-подарки“

**i like™**

# Что такое электронная сигарета?



# История



Хон Лик

- Изобретена первая электронная сигарета была в 2003 году в Гонконге крупной электронной компанией Ruyan Group Ltd. Главным создателем и автором идеи является Хон Лик .
- В мае 2004 года новый товар поступил в продажу.
- С 2005 года появляется большое разнообразие картриджей с различным содержанием никотина.
- На сегодняшний день электронные сигареты получили широкое распространение в России. Они

# Индикаторы



Светодиодный индикатор бывает нескольких цветов – красного и синего. Как правило, для курения в общественном месте выбирают именно синий индикатор, чтобы не произошло путаницы, и не решили, что вы курите обыкновенную сигарету.

# Плюсы и минусы

## Плюсы

- Не загрязняют легкие
- Не оставляют запаха
- Менее затратны обычных сигарет
- Можно курить в запрещенных местах
- Пожаробезопасность

## Минусы

- Психологическая зависимость
- Увеличение количества и продолжительности курения
- Безопасность не подтверждена ВОЗ
- Наличие подделок

# Статистика по России



# Ценовой диапазон



**Gamucci**  
**390-1790**



**Vergy**  
**1990-3590**



**Denshi TABACO**  
**1790-3890**



**Pons**  
**1190-2450**



**Slim 990**



**VOGUE 1440**



**Ilike 800-3300**



**DSE**  
**1590-2790**



# Проблемы

1. В какое время начать захват рынка.
2. Стоит ли начинать масштабную рекламную кампанию в настоящее время.
3. Найти наиболее эффективные и приемлемые каналы продвижения продукции.
4. Каким образом заинтересовать покупателей в приобретении продукции компании.
5. Необходимо выбрать стратегию продвижения продукции.

Исходя, из выше перечисленного можно сделать вывод, что бороться за сеть стоит, изменение в законопроекте, увеличит спрос на электронные сигареты. На данный момент в России 73% курильщиков, данные изменения способствуют тому чтобы половина а это ~37% начали использовать электронную сигарету

## *Стоит ли бороться за сети сейчас, когда*

### *обычные сигареты*

Госдума приняла в первом чтении **дешевы?** Проект федерального законпроект №

163560-6 "Об охране здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака". В соответствии с этой программой, до 2015 года акцизы на сигареты будут поэтапно повышаться. Согласно Минфиновским планам в 2011 году цена акциза за 1000 сигарет стала 360 рублей, в 2012 поднимется до 460 рублей, а с окончанием этого проекта (окончанием ли?), то есть, в 2015 году, акциз будет равен 590 рублям за 1000 сигарет.



**Многие люди готовы отказаться от использования обычных сигарет, но жестких антитабачных мер правительство пока не приняло.**

**Как в этих условиях**

**заинтересовать покупателей?**

Главным вопросом является, как же заинтересовать покупателя в том, чтобы выбор был в пользу электронных сигарет. Для этого следует провести небольшой эксперимент – предлагать наши электронные сигареты в заведениях, где категорически не разрешается употреблять сигареты.

Одноразовые электронные сигареты будут входить в список меню, купить их можно будет по цене около 100 рублей. Посетителям, которые никогда не слышали, либо не пробовали электронные сигареты предоставляется возможность попробовать что же это такое, тем самым мы заинтересовываем покупателей приобрести электронную сигарету, но уже не одноразовую





**Будет ли достаточно  
представленности  
продукции в  
торговых залах  
крупных  
супермаркетов или  
нужны специальные  
промостойки с  
консультантами?**

Компания iLike решила внедрить промостойки с консультантами в залах аэропортов, так как в самих залах и в самолете курение так же запрещено, люди могут приобрести сигареты на один раз и получить консультацию по данному товару. В результате такой промоакции есть большая вероятность того, что сигаретами iLike заинтересуется немалое число потенциальных покупателей, поскольку курение в салоне самолета не разрешено и людям с серьезной зависимостью от сигарет сложно провести минимум 4, а то и больше часов без сигареты, то есть смысл приобрести электронную сигарету длительного пользования.



# Стратегия

- Как один из вариантов, компании iLike нужно использовать сфокусированную стратегию, она заключается на продаже сигарет компаниям, организациям где есть офисные работники.



