

# МЕДИА-БРИФ ДЛЯ СТИРАЛЬНЫХ МАШИН SAMSUNG

Заказчик:

Брагин

Роман

Геннадьевич

Исполнитель:

Ивачёв

Александр

Сергеевич

V.1.6

## УЧАСТНИКИ РЫНКА

- ПОСРЕДНИКИ
- ПОТРЕБИТЕЛИ
- ТМ

## ДОЛЯ РЫНКА

- ПО РФ
- ПО НОВОСИБИРСКУ
- ПО НОВОСИБИРСКУ СОГЛАСНО ПРОВЕДЁННОМУ АНКЕТИРОВАНИЮ

Часть 1

# УЧАСТНИКИ РЫНКА ПОСРЕДНИКИ (БОЛЕЕ 135 НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА)

1. 5 элемент
2. BOSH SIEMENS
3. DOMO, магазин бытовой техники
4. E96.ru
5. Media Market
6. MIELE, фирменный магазин
7. One-Store-nck.tu
8. Panasonic
9. Vstroika54
10. Встраиваемая техника
11. Встраиваемая техника-Интернет техника
12. Капут ist гут!
13. Корпорация Центр
14. Кристофер
15. Кухонька
16. М.видео
17. Магазин Бытовой Техники И Телевизоров
18. МЕГАС, торговые центры
19. Мир Бытовой Техники, группа компаний
20. МИР, ООО, магазины бытовой техники
21. Первый
22. Посредники
23. Проспект
24. Рембыттехника
25. СИБВЕЗ
26. ТехноStyle
27. ТехноМир
28. ТехноПоинт
29. Технотория
30. ЭЛЬДОРАДО
31. И т.д.

# УЧАСТНИКИ РЫНКА ПОСРЕДНИКИ -ДРУГИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Кредитные организации – Банки (более 20 не считая заёмные предприятия сомнительного происхождения)

1. Сбербанк
2. Хомкредит
3. ОтпБанк
4. Альфа банк
5. И т.д.

# УЧАСТНИКИ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛИ

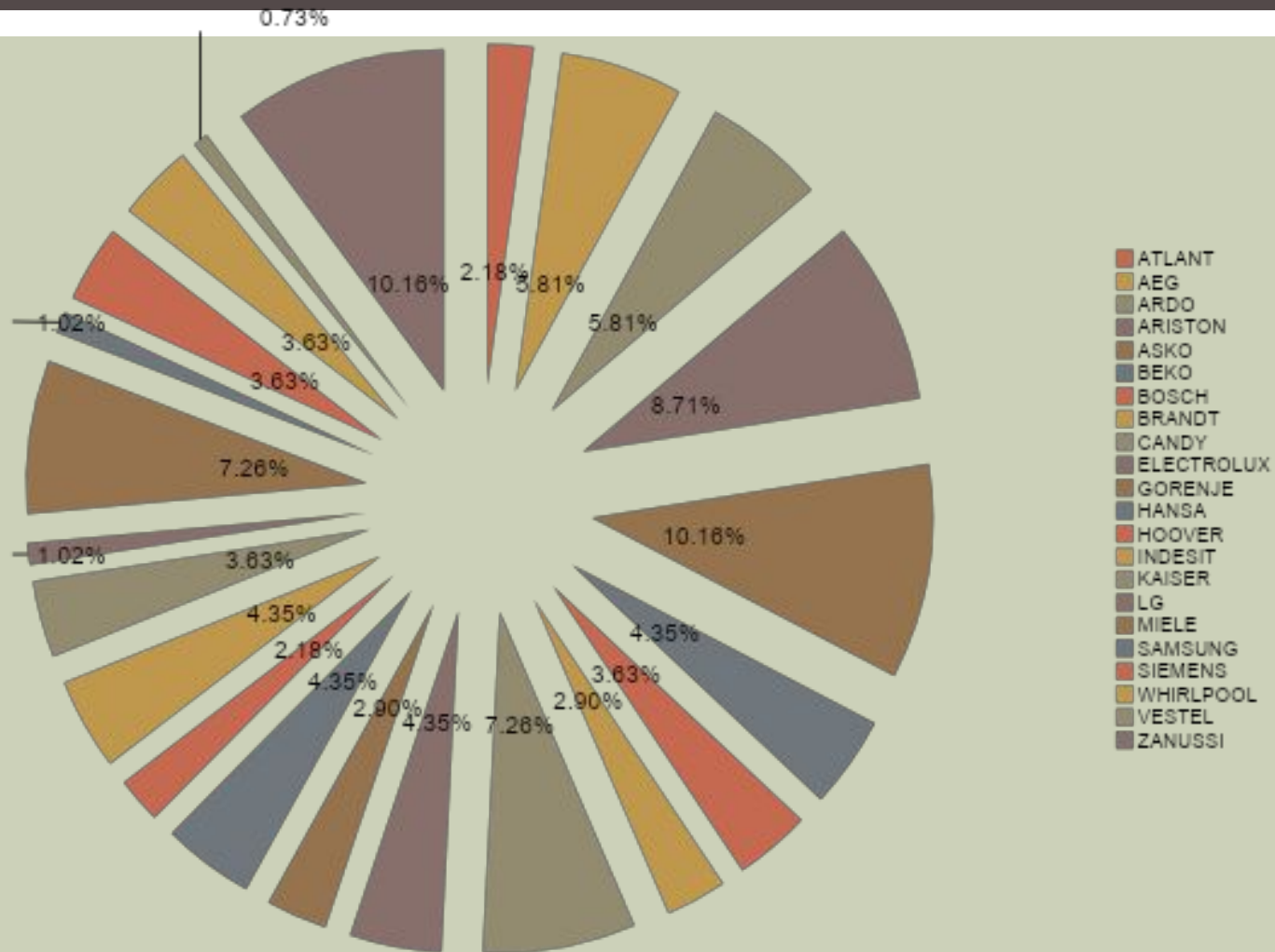
1. Жители города Новосибирска, имеющие семью и проживающие в квартире, которые нуждаются в автоматической стирке грязного белья.
2. Житель города Новосибирска имеющие свою квартиру и нуждающийся в автоматической стирке грязного белья.

# УЧАСТНИКИ РЫНКА ТМ

1. ATLANT: ТАЛАНТЛИВАЯ ТЕХНИКА!
2. AEG: СОВЕРШЕНСТВО ФОРМ И ФУНКЦИЙ
3. ARDO: ГЛАВНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО – РЕЗУЛЬТАТ!
4. ARISTON: ПРИЯТНО БЫТЬ ДОМА!
5. ASKO: BUILT TO LAST LONGER
6. BEKO: БЫТЬ ХОЗЯЙКОЙ ЛЕГКО!
7. BOSCH: БЕЗУПРЕЧНО!
8. BRANDT: ЛУЧШАЯ В СТИРКЕ!
9. CANDY: CAN DO
10. ELECTROLUX: ШВЕЦИЯ. СДЕЛАНО С УМОМ!
11. GORENJE: ХОРОШО ЗАДУМАНО
12. HANSA: СТИРКА — НЕ ЖЕНСКОЕ ДЕЛО!
13. HOOVER: ПОКОЛЕНИЕ БУДУЩЕГО
14. INDESIT: Мы работаем, вы отдыхаете!
15. KAISER: НЕМЕЦКОЕ КАЧЕСТВО ПО РАЗУМНОЙ ЦЕНЕ!
16. LG: LIFE' S GOOD
17. MIELE: ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ – КОМПРОМИСС!
18. SAMSUNG: Everyone's invited
19. SIEMENS: Индивидуальность, воплощенная в технике
20. WHIRLPOOL: НАПОЛНЯЕТ ЖИЗНЬ КАЧЕСТВОМ
21. VESTEL: Party
22. ZANUSSI: НАДЕЖНАЯ БЫТОВАЯ ТЕХНИКА СУЩЕСТВУЕТ! ДОКАЗАНО

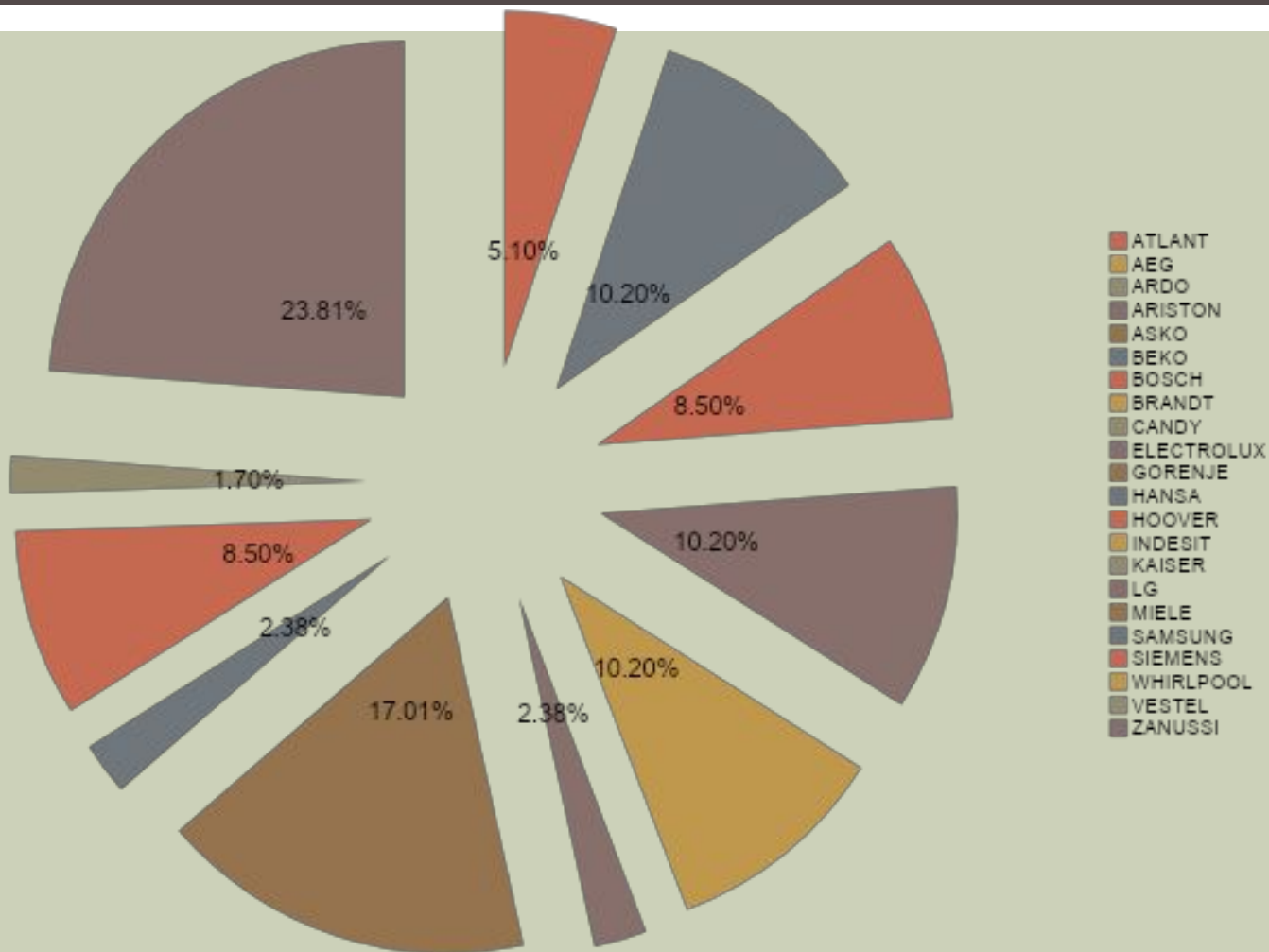
# ДОЛЯ РЫНКА ПО РФ

ATLANT	2,18%
AEG	5,81%
ARDO	5,81%
ARISTON	8,71%
ASKO	10,16%
BEKO	4,35%
BOSCH	3,63%
BRANDT	2,90%
CANDY	7,26%
ELECTROLUX	4,35%
GORENJE	2,90%
HANSA	4,35%
HOOVER	2,18%
INDESIT	4,35%
KAISER	3,63%
LG	1,02%
MIELE	7,26%
SAMSUNG	1,02%
SIEMENS	3,63%
WHIRLPOOL	3,63%
L	3,63%
VESTEL	0,73%
ZANUSSI	10,16%



# ДОЛЯ РЫНКА ПО НОВОСИБИРСКУ

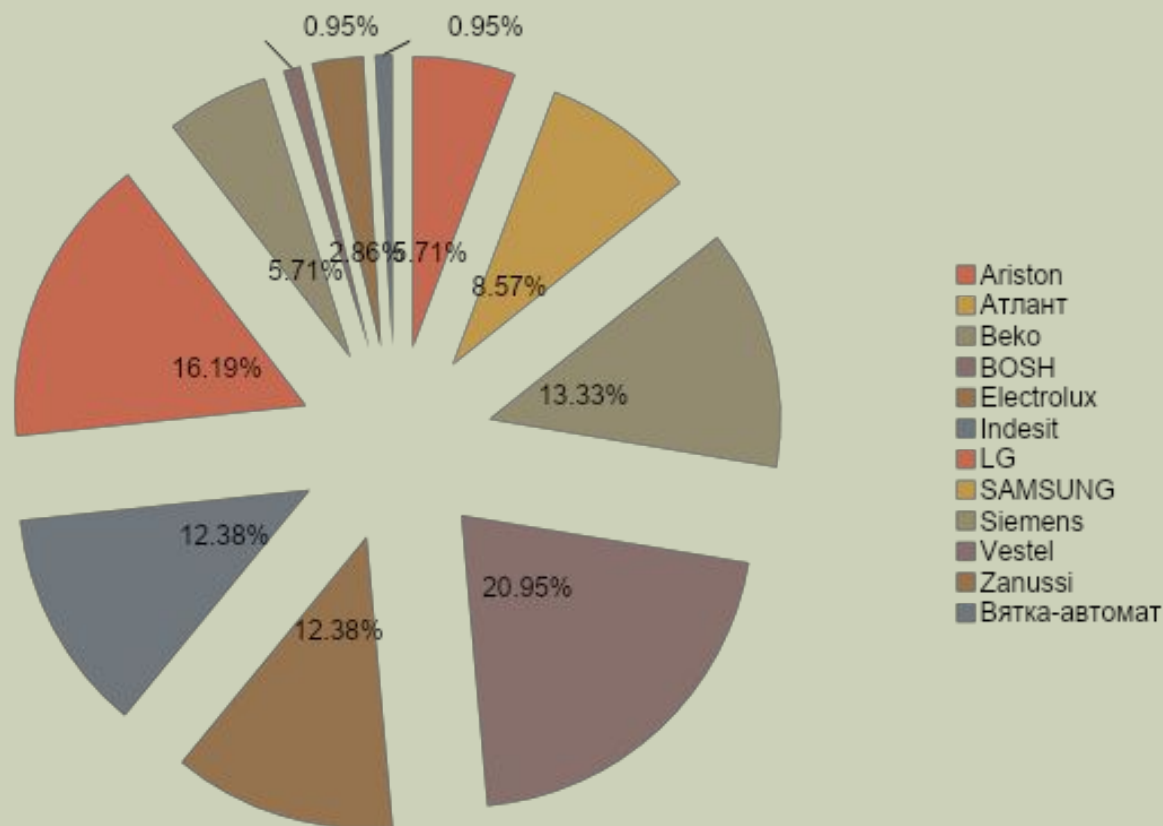
ATLANT	5,10%
AEG	0,00%
ARDO	0,00%
ARISTON	0,00%
ASKO	0,00%
BEKO	10,20%
BOSCH	8,50%
BRANDT	0,00%
CANDY	0,00%
ELECTROLUX	0,00%
UX	10,20%
GORENJE	0,00%
HANSA	0,00%
HOOVER	0,00%
INDESIT	10,20%
KAISER	0,00%
LG	2,38%
MIELE	17,01%
SAMSUNG	2,38%
SIEMENS	8,50%
WHIRLPOOL	0,00%
L	0,00%
VESTEL	1,70%
ZANUSSI	23,81%





# ДОЛЯ РЫНКА ПО НОВОСИБИРСКУ СОГЛАСНО ПРОВЕДЁННОМУ АНКЕТИРОВАНИЮ

Ariston	5,71%
Атлант	8,57%
Beко	13,33%
BOSH	20,95%
Electrolux	12,38%
Indesit	12,38%
LG	16,19%
SAMSUNG	0,00%
Siemens	5,71%
Vestel	0,95%
Zanussi	2,86%
Вятка-автомат	0,95%



ХАРАКТЕРИСТИКА СТИРАЛЬНЫЕ МАШИН SAMSUNG

ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ПРЯМЫХ КОНКУРЕНТОВ  
КОНКУРЕНТЫ:

- ХАРАКТЕРИСТИКА СТИРАЛЬНЫЕ МАШИН ATLANT
  - ХАРАКТЕРИСТИКА СТИРАЛЬНЫЕ МАШИН ВЕКО
- КОНКУРЕНТЫ ПО 4P

Часть 2

# SAMSUNG: EVERYONE'S INVITED

## СТРАНА: ЮЖНАЯ КОРЕЯ.

## ПРОИЗВОДСТВО: ЮЖНАЯ КОРЕЯ.

**РЫНОК:** доля стиральных машин в ассортименте Samsung — **около 7%**.

**МОДЕЛЬНЫЙ РЯД:** полноразмерные (55 см), узкие (40 см и 45 см), суперузкие (34 см).

В ассортименте Samsung (представленном в России) нет машин с сушкой, компактных, с вертикальной загрузкой, встраиваемых машин, а также сушильных автоматов.

**ЗАГРУЗКА:** 3,5 кг (суперузкие 34 см); 4,5 (узкие 40 см); 5,2 кг (узкие 45 см), 5,5 кг (полноразмерные).

**СТИРКА:** классы А и В (серия Bio Compact).

**ОТЖИМ:** классы от А (1400 об./ мин., мин. остаточная влажность — не указана) до Е (600 об./ мин.).

**ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЕ:** классы А, В, С, D (суперузкие серии Bio Compact).

**ПРОГРАММЫ:** стандартный набор — «Хлопок», «Цветное белье», «Синтетика», «Деликатные ткани», «Шерсть», «Быстрая стирка», «Предварительная стирка», «Экономичная стирка», «Ручная стирка», «Стирка с замачиванием»

Серия Sensor Compact оснащена программами «Детское белье» («Пеленки», «Ползунки», «Костюмчики»).

Quick Wash (3 кг за 35 минут), Eco+ (экономия электроэнергии за счет понижения температуры стирки).

**ТЕХНОЛОГИИ:** система Fuzzy Logic (оценка параметров и оптимизация хода стирки), контроль пенообразования, система автоматической балансировки при отжиме.

Возможен запуск программы с точки прерывания (например, после включения электричества), функция памяти.

**УПРАВЛЕНИЕ:** электронное для всех моделей (электронный универсальный переключатель Jog Dial).

Панель управления: не русифицирована в старых моделях, русифицирована в новых моделях.

Память: нет.

Функция Update: нет.

**ДИСПЛЕЙ:** цифровой (большая часть моделей, кроме серии Bio Compact).

**ТАЙМЕР:** отсрочки старта до 24 часов (кроме серии Bio Compact).

**ИНДИКАЦИЯ:** световая индикация/ отображение на дисплее хода программы, температуры стирки, скорости отжима, отсрочки старта, кода неисправности.

**ПОДСВЕТКА:** нет.

**БЕЗОПАСНОСТЬ:** самодиагностика неисправностей во всех моделях.

Блокировка люка на время работы («Защита от детей»).

**БАК:** пластик.

**БАРАБАН:** макс. объем — не указан.

**ЛЮК:** диаметр — 30 см (новые модели), дверца открывается на 180 градусов.

**ШУМ:** для полногабаритных машин уровень шума — 70 дБ (стирка), для суперузких — 56 дБ/ 66 дБ (стирка/ отжим).

**ЦВЕТ:** белый, серебряный, лиловый, голубой, золотистый, перламутровый.

**ГАРАНТИЯ:** 1 год (плюс 2 года бесплатного сервиса).

**СРОК СЛУЖБЫ:** 7 лет.

**ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ:** суперузкие модели **S 821** и **S803**, узкая модель **F 1015 J**.

**ЦЕНОВОЙ ДИАПАЗОН:** \$480—560 (полноразмерные машины), \$420—490 (узкие), \$260—460 (суперузкие).

# ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ПРЯМЫХ КОНКУРЕНТОВ

## Согласно исследованиям:

1. Согласно проведённому опросу прямым конкурентом выступают стиральные машины торговых марок **ATLANT** и **Beko**
2. Согласно проведённому мониторингу ТВ «яркую» активность проявляют стиральные машины торговых марок **ATLANT** и **LG**
3. Согласно проведённому мониторингу прессы «яркую» активность проявляют стиральные машины торговых марок **Siemens** и **Bosch** (по сути это одно предприятие так как **Siemens** является дочерней фирмой **Bosh**)
4. Согласно проведённому мониторингу наружной рекламы прямым конкурентом выступают стиральные машины торговых марок **Electrolux** и **Vestel**.

Опираясь на проведённый опрос и мониторинг СМИ. Прямыми конкурентами для ТМ **Samsung** в ТК стиральные машины на территории города Новосибирска будут выступать компании **Atlant** и **Beko**.

Во время опроса люди утверждали, что видели рекламу **ATLANT**-а и **Beko** по телевизору и в наружной (Они её видели примерно в октябре месяце 2012 года таких респондентов было 5). Мой мониторинг может подтвердить только наличие **ATLANT** в ТВ рекламе в периоде с 10.11.12 по 16.11.12 включительно.

# ATLANT: ТАЛАНТЛИВАЯ ТЕХНИКА!

## СТРАНА: РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ.

### ПРОИЗВОДСТВО: ГОРОД МИНСК

РЫНОК: доля стиральных машин в ассортименте Atlant — 15%.

МОДЕЛЬНЫЙ РЯД:

Суперузкие (глубиной 32,8 см) :

СМА 35M102 | СМА 35M82 | СМА 35M81 | СМА 35M101

Узкие (глубиной 40 см) :

СМА 45Y82 | СМА 45Y84 | СМА 45Y102 | СМА 45Y104 | СМА 45Y124 | СМА 45Y81 |

ЗАГРУЗКА: 4 кг (узкие 40 см), 5 кг (вертикальные), 6 кг (полноразмерные). Сушильные автоматы — 6 кг.

СТИРКА: класс А для всех моделей.

ПРОГРАММЫ: минимальный набор для простых моделей включает 15 программ — «Хлопок/ Лен» (30, 40, 60, 90), «Сорочки 60», «Синтетика» (30, 40, 60), «Деликатные 30», «Ручная стирка шерсти» (15, 30), «Освежающая mix», «Полоскание», «Отжим», «Слив».

Доп. функции: «Интенсивная стирка», «Доп. полоскание», «Легко гладить», «Предварительная стирка».

ОТЖИМ: классы от А (1600 об./мин., мин. остаточная влажность — 44%) до Е (600 об./мин., мин. ост. влажность — 80%).

Разрыхление белья после отжима (5 минут) — не во всех моделях.

СУШКА: система сушки — конденсационная. 11 программ сушки для разных типов тканей, в том числе 2 программы сушки по времени, режим сушки «в шкаф», бережная сушка изделий из синтетических и натуральных тканей.

ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЕ: класс А+ (новые модели), класс А (практически у всех моделей), класс В, класс С (сушильный автомат).

ТЕХНОЛОГИИ: Принцип стирки: система смачивания белья (белье увлажняется с трех сторон: снизу, через заднюю перфорированную стенку барабана, через манжету сверху). Система асимметричных захватов барабана дозирует механическое воздействие на белье в зависимости от типа

ткани, что определяется при выборе программы. Каждый захват имеет крутую и пологую стороны. При стирке грубых тканей, к примеру льна, барабан большую часть вращений совершает так, что белье обрабатывается крутой стороной, при стирке деликатных тканей, шерсти — пологой стороной.

УПРАВЛЕНИЕ: электронное.

Панель управления: символьная, буквенная русская.

Память: 3 индивидуальные программы..

ДИСПЛЕЙ: цифровой (часть моделей), представлен и ЖК-дисплей с интерактивным меню, с синей подсветкой.

ТАЙМЕР: отсрочка старта — до 19 часов (почти во всех моделях).

ИНДИКАЦИЯ: светодиодная индикация хода программы и ошибки.

ПОДСВЕТКА: внутренняя подсветка барабана сушильного автомата.

БЕЗОПАСНОСТЬ: самодиагностика неисправностей в моделях серий в сушильном автомате.

Многоступенчатая защита от протечек Aqua-Stop (в каждой машине).

БАК: полинокс.

БАРАБАН: макс. объем — 53 л (практически для всех полноразмерных).

ЛЮК: диаметр — 30, открывается на 180 градусов.

ШУМ: мин. значения — 54 дБ/ 68 дБ (стирка/ отжим).

ЦВЕТ: белый для всех моделей.

ГАРАНТИЯ: 3 года на машины.

СРОК СЛУЖБЫ: 10 лет.

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ: узкие стиральные машины и полноразмерные Multi Function и LOGIC Navigation.

ЦЕНОВОЙ ДИАПАЗОН: \$200—1050 (полноразмерные модели), \$300—720 (узкие), \$100—800 (вертикальные), \$730 (сушильный автомат).

ПРОДВИЖЕНИЕ: ТВ, Наружная реклама

# ВЕКО: БЫТЬ ХОЗЯЙКОЙ ЛЕГКО! СТРАНА: ТУРЦИЯ. ПРОИЗВОДСТВО: ТУРЦИЯ.

РЫНОК: доля стиральных машин в ассортименте Веко — 30%.

МОДЕЛЬНЫЙ РЯД:

Суперузкие (глубиной 32,8 см):

1. Со стандартной загрузкой (на 3,67 кг): BWM 3410S | BWM 3260 | AWM 1034S | AWM 834S | AWM 834 | AWM 634

Узкие (глубиной 40 см):

1. Со стандартной загрузкой (на 5 кг): BWM 4080 | BWM 4100S | AWM 1040S | AWM 840S | WMO 840LE | WMO 1040LE | ARWM 1040 L

2. Со стандартной загрузкой (на 6 кг): WMO 841LE | WMO 1041 LE | ARWM 1041 L

Полноразмерные (глубиной 50 см):

1. Со стандартной загрузкой (на 5 кг): BWM 4081 | BWM 4101S | AWM 104S | AWM 84S | WMO 84LE | WMO 104LE | ARWM 104 L

2. С увеличенной загрузкой (на 6 кг): WMO 841LE | WMO 1041 LE | ARWM 1041

В ассортименте Веко нет компактных моделей, с вертикальной загрузкой, с сушкой, сушильных автоматов и встраиваемых машин.

Всего на российском рынке в 2004 году представлено 45 моделей.

ЗАГРУЗКА: 4 кг (суперузкие 35 см), 4,5 кг (узкие 45 см), 5 кг и 5,5 кг (полноразмерные).

СТИРКА: классы А и В (новая серия Flash); А, В и С (серия Emotion); В и С (серия Future Line).

Принцип стирки: «фирменного» названия нет.

ПРОГРАММЫ: программы для всех типов тканей, включая деликатные программы стирки и отжима.

Последние модели оснащены программами: «Короткая программа» (30 минут), функция «Express» (уменьшение продолжительности любой программы) и «Легкая глажка» (линия Flash), «Интенсивная программа» (для сильнозагрязненного белья, 60 градусов, время стирки увеличено) и т.д.

«Фирменные» программы: «Занавески 40», «Шерсть».

ОТЖИМ: классы от В (1200 об./мин., мин. остаточная влажность — не указана) до Е (600 об./мин.) — для всех серий, класс F (400 об./мин.) — некоторые машины серии Future Line.

ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЕ: класс А (машины серии Flash), классы А и В (модели остальных серий).

ТЕХНОЛОГИИ: автоматическая дозировка воды.

УПРАВЛЕНИЕ: электромеханическое (серии Emotion и Future Line), электронное (серия Flash).

Панель управления не русифицирована.

Память: нет.

Функция Update: нет.

ДИСПЛЕЙ: цифровой 7-сегментный (серия Flash).

ТАЙМЕР: отсрочка старта от 1 до 24 часов (только линия Flash).

ИНДИКАЦИЯ: световая индикация выполнения программы (только линия Flash), индикация времени на дисплее.

ПОДСВЕТКА: нет.

БЕЗОПАСНОСТЬ: самодиагностика неисправностей — нет, контроль от перелива, контроль вспенивания (линия Flash), контроль несбалансированности загрузки.

БАК: карферрон во всех моделях.

БАРАБАН: макс. объем не указан.

ЛЮК: диаметр — 30 см, открывается на 180 градусов (все модели). Возможность перевесить дверь на другую сторону (машины серии Future Line). Петельный механизм крепления дверцы.

ШУМ: производителем не указан.

ЦВЕТ: белый, серебристый, голубой.

ГАРАНТИЯ: 2 года.

СРОК СЛУЖБЫ: 10 лет.

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ: полноразмерные WMN 6510 N (\$350), WMN 6508 K (\$330) и WM 3500 M (\$375).

ЦЕНОВОЙ ДИАПАЗОН: \$250—340 (полноразмерные модели), \$270—350 (узкие), \$350—400 (суперузкие).

ПРОДВИЖЕНИЕ: ТВ, Наружная реклама

# КОНКУРЕНТЫ ПО 4P

ATLANT: ТАЛАНТЛИВАЯ ТЕХНИКА!

СТРАНА: Республика Беларусь.

Производство: город Минск

**4P –**

**Product:** Стиральные Машины

Суперузкие (глубиной 32,8 см) :

1. Со стандартной загрузкой (на 3,5 кг): CMA 35M102 | CMA 35M82 | CMA 35M81 | CMA 35M101

Узкие (глубиной 40 см) :

1. Со стандартной загрузкой (на 4,5 кг): CMA 45Y82 | CMA 45Y84 | CMA 45Y102 | CMA 45Y104 | CMA 45Y124 | CMA 45Y81 | CMA 45Y101 | CMA 45Y106

2. С увеличенной загрузкой (на 5 кг): CMA 50Y86 | CMA 50Y106 | CMA 50Y102 | CMA 50Y82 | CMA 50Y87 | CMA 50Y107 | CMA 50Y88 | CMA 50Y108

3. С увеличенной загрузкой (на 6 кг): CMA 60Y87 | CMA 60Y107

Полноразмерные (глубиной 50 см) :

1. Со стандартной загрузкой (на 5 кг): CMA 50C82 | CMA 50C84 | CMA 50C102 | CMA 50C104 | CMA 50C124 | CMA 50C81 | CMA 50C101

2. С увеличенной загрузкой (на 6 кг): CMA 60C86 | CMA 60C106 | CMA 60C102 | CMA 60C107 | CMA 60C87 | CMA 60C82 | CMA 60C108 | CMA 60C88

3. С увеличенной загрузкой (на 7 кг): CMA 70C87 | CMA 70C107 | CMA 70C106 | CMA 70C86

**Price:** \$200—1050 (полноразмерные модели), \$300—720 (узкие), \$100—800 (вертикальные), \$730 (сушильный автомат).

**Promotion:** ТВ, Наружная реклама

**Place:** Стиральные машины ATLANT представлены практически во всех магазинах бытовой техники города магазина кроме фирменных магазинов других ТМ (Mille, Bosh Siemens, Panasonic)

BEKO: БЫТЬ ХОЗЯЙКОЙ ЛЕГКО!

СТРАНА: Турция.

Производство: Турция.

**4P –**

**Product:** Стиральные Машины

Суперузкие (глубиной 32,8 см):

1. Со стандартной загрузкой (на 3,67 кг): BWM 3410S | BWM 3260 | AWM 1034S | AWM 834S | AWM 834 | AWM 634

Узкие (глубиной 40 см) :

1. Со стандартной загрузкой (на 5 кг): BWM 4080 | BWM 4100S | AWM 1040S | AWM 840S | WMO 840LE | WMO 1040LE | ARWM 1040 L

2. Со стандартной загрузкой (на 6 кг): WMO 841LE | WMO 1041 LE | ARWM 1041 L

Полноразмерные (глубиной 50 см) :

1. Со стандартной загрузкой (на 5 кг): BWM 4081 | BWM 4101S | AWM 104S | AWM 84S | WMO 84LE | WMO 104LE | ARWM 104 L

2. С увеличенной загрузкой (на 6 кг): WMO 841LE | WMO 1041 LE | ARWM 1041 L

**Price:** \$250—340 (полноразмерные модели), \$270—350 (узкие), \$350—400 (суперузкие).

**Promotion:** ТВ, Наружная реклама

**Place:** Стиральные машины BEKO представлены практически во всех магазинах бытовой техники города магазина кроме фирменных магазинов других ТМ (Mille, Bosh Siemens, Panasonic)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РК  
ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МЕДИЙНОЙ РК  
РАСЧЁТЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ  
FR  
GRP  
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ GRP ПО МЕДИА КЛАССАМ

Часть 3



# ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РК

Цель: Стимулирование продаж стиральных машин Samsung

Задачи:

1. Привлечение покупателей
2. Потребитель должен ассоциировать ТК с ТМ

# ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МЕДИЙНОЙ РК

Цель: Максимально эффективное воздействие на потребителей с целью стимулирования продаж стиральных машин Samsung

Задачи:

1. Провести анализ конкурентов
2. Вычислить МЭЧ
3. Провести расчёты показателей
4. Распределить GRP по медиаканалам

# РАСЧЁТЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Товар является продуктом требующим «высокого вовлечения» потребителя.

Согласно опросу был проведён анализ по модель Левиджа и Стейнира стиральных машинках Samsung не известны потребителю. Как показал дополнительной опрос все из предыдущего опроса знают компанию Samsung но не кто не ассоциировал Samsung как стиральную машину.

Так как опрос показал, что слышанность о стиральных машинках Samsung является нулевой и Samsung является известной ТМ в данной работе нужно связать ТМ и ТК.

Веко		Атлант		SAMSUNG	
Наслышанный	0	Наслышанный	0	Наслышанный	0
Осведомленный	9	Осведомленный	4	Осведомленный	0
Запоминающий	1	Запоминающий	0	Запоминающий	0
Привлеченный	0	Привлеченный	2	Привлеченный	0
Привережец	1	Привережец	1	Привережец	0
Покупатель	3	Покупатель	2	Покупатель	0
Всего	14	Всего	9	Всего	0

# FR

Fr=0

До стадии покупатель по Левиджу и Стейниру нужно 10+ так как Fr=0.

Fr=10

по МЭЧ

Корректировка

17-5=12

Будет произведена корректировка по МЭЧ с 10 до 12

Достаточно не высокая	Поправка частоты				Нужная частота
Рыночные факторы					
Известность бренда	-2	0	0	0	Новый бренд
Большая рыночная доля брэнда	0	0	0	2	Небольшая рыночная доля
Высокая лояльность к брэнду	0	0	0	0	Низкая лояльность к брэнду
Длительной покупательский цикл	0	-1	0	0	Короткий покупательский цикл
Нечастое потребление	0	-1	0	0	Частотное потребление
Маленькая доля голоса	0	0	0	2	Большая доля голоса
ЦА пожилые люди или дети	0	0	1	0	ЦА пожилые люди или дети
Факторы рекламного креатива					
Несложное сообщение	0	0	0	0	Сложное сообщение
Уникальное Сообщение	0	0	0	2	Неуникальное сообщение
Текущая компания	0	0	1	0	Новая компания
Продуктовое сообщение	0	-1	0	0	Имиджевое сообщение
Низкая вариантность сообщения	0	0	0	0	Высока вариантность сообщения
Высокая изнашиваемость	0	0	0	2	Низкая изнашиваемость
Длинные рекламные блоки	0	0	1	0	Короткие рекламные блоки
Медиаэфекторы					
Малая активность категории	0	0	0	2	Большая активность в категории
Благоприятное редакторское освещение	0	0	0	2	Нейтральное редакторское освещение
Высокий уровень внимание аудитории	0	0	0	2	Низкий уровень внимания аудитории
-5	-2	-3	3	14	17

# GRP

GRP=80\*12=960%

GRP-960% не нуждается в корректировке по SOV

TM	TB	Пресса	Н.П.	GRP all	TB SOV	Пресса SOV	Н.П. SOV	SOV all
Ariston	4%	0	0	4%	14,43%	0,00%	0,00%	5,65%
Bosch	0	1,30%	0	1%	0,00%	8,50%	0,00%	1,75%
Electrolux	0	0	6%	6%	0,00%	0,00%	20,00%	8,06%
LG	12%	0	0	12%	41,92%	0,00%	0,00%	16,40%
Miele	0	3,00%	0	3%	0,00%	19,61%	0,00%	4,03%
Samsung	4%	3,30%	18%	25%	13,75%	21,57%	60,00%	34,01%
Siemens	0	7,70%	0	8%	0,00%	50,33%	0,00%	10,35%
Vestel	0	0	6%	6%	0,00%	0,00%	20,00%	8,06%
Атлант	9%	0	0	9%	29,90%	0,00%	0,00%	11,69%
Контрольная сумма	29%	15%	30%	74%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ GRP ПО МЕДИА КЛАССАМ

Опираясь на это мини исследование был сделан вывод что рекламироваться должен не магазин а сам товар.(имиджевая реклама)

Чтобы повысить степень осведомлённости и довести ЦА до покупки стиральной машины ТМ Samsung нужно делать рекламу **самоу производителю торговой марки. Товар + торговая марка + «запоминающийся ролик»** (без образов вампиров). Примерно таким характеристикам будет отвечать **рекламные видео ролики** на который будет выделено **800% GRP** из **960% GRP**.

**800%** нам помогут не только «перекричать» других, эта сума заставит компанию просто «орать» что **«Samsung это стиральные машины»**. ТВ было выбрано из за массовости аудитории.

Оставшиеся **160%** будут направлены на Наружную рекламу.

Сюжет: «Стиральная машинка Samsung». **160% GRP** оставлено для напоминания это будет «двуединный метод».

Стратегия при таком распределении GRP для ТВ будет **пульсирующая для наружной рекламы не прерывная**.

Итоговое распределение GRP

**800% - ТВ реклама**

**160% - Наружная реклама**

BDI&CDI

Часть 4

# BDI&CDI

TM	Продажи за год по Новосибирску %	Продажи за год по Новосибирску ШТ.	BDI	% Новосибирск от населения в регионах, обслуживаемых компанией
ATLANT	5,10%	1020	6,93%	0,74%
SAMSUNG	2,38%	476	267,71%	0,01%
VESTEL	1,70%	340	6,90%	0,25%

## Дополнительные данные

Население Новосибирск	Владеют СМ в Новосибирске	Население Новосибирска от РФ
1 498 921	374730,3	1,05%
Население РФ	Продажи СМ за Год по РФ	Продажи СМ по региону
143200000	1900000	14,05%
1% населения от РФ	1% Продажи СМ за Год по РФ	<b>CDI</b>
1432000	19000	
В среднем на человека приходится	Продажи СМ за год в Новосибирске	<b>7,45%</b>
0,25	20000	

Вывод:

BDI высокий +CDI низкий = Успешный рынок для SAMSUNG. Не стоит тратить деньги на развитие продаж в этом регионе.