

Подготовка и проведение коммуникационных кампаний

Елизавета Рожкова, 4 группа

Коммуникационная кампания — это?

PR + Маркетинг + Реклама

Заранее спланированная серия действий организации, направленная на реализацию ее корпоративных целей

Зачем нужны коммуникационные кампании?

- Изучить целевую аудиторию
- Раскрутить бренд в начале бизнес-пути
- Дать дополнительную позитивную информацию об объекте
- Превратить раскрученный бренд в стиль жизни целевой аудитории
- Устранить конкурентов
- Тимбилдинг и укрепление корпоративной культуры

А. Изучить целевую аудиторию Дневник шоколадной леди-Nuts

«Наверное, это не такая уж и страшная тайна, но все равно раскроюсь: на самом деле, я тоже хожу на работу. И уж точно не всегда ношу желтый комбинезон в стиле Nuts ;)»



В. Раскрутить бренд в начале бизнес-пути

Бесплатный корм для Тузика



GranataPet's: если хочешь привлечь — дай попробовать!

Регистрируйся на сайте и корми питомца без затрат



С. Дать новую позитивную информацию ИКЕА — кухня в джунглях и спальня в облаках

Готовить — весело!

Спать — уютно!



Д.Превратить бренд в стиль жизни целевой аудитории

Преступления на почве страсти

Надпись на стикерах в мужских туалетах вузов гласила: «Ахе Vice: не распылять в присутствии легковоспламеняющихся девушек». В женских также расклеили стикеры с предостережением.



Е. Устранить конкурентов и гордиться собой

Будь всегда с нами



Характеристика коммуникационных кампаний

- Четкие сроки проведения (от 3 месяцев до 3 лет)
- Многожанровость (комбинация Рекламы, PR, маркетинга)
- Многоканальность (публикации в СМИ, вебсайты, социальные сети, наружная реклама и т.д)
- Использование не только коммерческими организациями, но и государственными структурами (Избирательная кампания, повышение доверия к судам РФ, популяризация Минкульта и т.п)
- Коммуникационная кампания — лишь одна из частей всей стратегии развития организации

Характеристика коммуникационных кампаний

Бизнес-модели

- B2C — бизнес для потребителя;
- B2G — бизнес для власти;
- B2B — бизнес для бизнеса;

- Чтобы коммуникационная
- кампания была успешной
- нужно понять,
- кто наша мишень



Подготовка к коммуникационным кампаниям

Внутренние проблемы

- Финансовая возможность
- Испорченный имидж
- Отсутствие стейкхолдеров — заинтересованных в факте и рекламе фирмы
- Невыявленная целевая аудитория



Вся правда о чебуреках

YAPLAKAL.COM

Подготовка к коммуникационным кампаниям

Внешние проблемы

- Сильные конкуренты
- Периориентация потребностей покупателей из-за экономических перемен



Кредитные каникулы от «Восточного Экспресс-банка»



Кто проведет коммуникационную кампанию?

- Коммуникационные агентства — весь спектр услуг
- Профильные (специализированные) агентства — рекламные, креативные, эвент-агентства, продюссерские компании и т.п

Спасибо за внимание!