

Применение ИМК в продвижении компании



Выполнила студентка группы ДРРБ -2-2
Шеремета Ксения

Основные цели компании «ИКЕА»

- Увеличить продажи
- Существенно сократить расходы
- Повысить узнаваемость бренда

Основная аудитория «ИКЕА»



- Женщины 25-40 лет
- Мужчины 30-55 лет
- Молодые семьи



Реклама компании «ИКЕА»



азбука сна
25 января — 27 марта

IKEA
МЫСЛИ СМЕЛЕЕ

www.IKEA.ru

SLEEP WELL. FEEL BETTER.



NEW SULTAN mattress collection
from 195,- to 4.295,-

IKEA



**ТВОРИТЕ
ЧТО ХОТИТЕ**

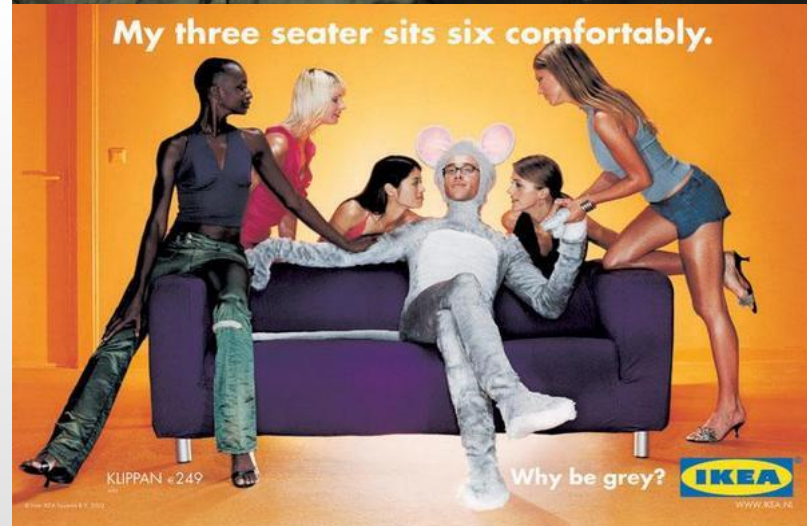
НОВИНКА
1999.-

БРЕЙМ
гардероб,
80×55×180см

IKEA

www.IKEA.ru

My three seater sits six comfortably.



KLIPPAN €249

Why be grey? **IKEA**

www.IKEA.ru

«Закупка материалов и услуг. Методы ИКЕА»

- Есть вещи, которыми нельзя рисковать, – это безопасность, уважение к людям всех возрастов и экология. Мы называем такой подход к работе «Закупка товаров, материалов и услуг. Методы ИКЕА» (The IKEA Way on Purchasing Products, Materials and Services; IWAY). Это наш Кодекс поведения. В нем перечислены минимальные требования, которые мы предъявляем к поставщикам, а также описаны наши ответные обязательства перед ними. Среди требований Кодекса – недопустимость эксплуатации детского или рабского труда, обеспечение безопасных и здоровых условий на рабочих местах, соблюдение местных законов, скрупулезность в применении химикатов и многое другое. Это двустороннее сотрудничество, и специалисты ИКЕА часто работают на предприятиях поставщиков, призывая их к ответственному отношению и контролируя выполнение наших требований. С момента введения Кодекса IWAY в 2000 году мы наблюдаем у своих поставщиков непрерывную положительную динамику – реализовано уже более 100 000 улучшений.

Лучшая печатная реклама

Каждый десятый европеец
сделан на нашей кровати

открытие
22
марта
ХИМКИ



ЕСТЬ ИДЕЯ. ЕСТЬ ИКЕА



Next time: Assembly Service.
0180/5 35 34 35
(СБ, Лично. При заказе, возможны изменения в прайсе)



Наружная реклама «ИКЕА»



Рис. 1 На постере площадью более 200 кв. м, размещённом в центре второго по величине города Великобритании, вереницу из верхней одежды специалисты агентства Posterscope и оператора наружной рекламы BlowUP Media изобразили в виде выносных элементов. По расчётам агентства Vizeum, нестандартную конструкцию увидят около 800 тыс. человек.



Рис. 2 Креативная новогодняя эмибент реклама ИКЕА в Париже » Фото креативная наружная реклама ИКЕА в Париже

Рекламная кампания во Флориде

- Лидер мировой мебельной розницы ИКЕА провел громкую рекламную кампанию для того, чтобы максимально громко известить жителей и гостей Тампа Бей во Флориде об открытом 6 мая 2009 года магазине ИКЕА в Ибор Сити (Ybor City) – тридцать седьмом по счету и одном из крупнейших в США – недалеко от городов Тампа и Сент-Питерсберг.

Посетители и проходившие мимо набережной (Waterfront Courtyard) Сент-Питерсберга в канун Дня памяти (Memorial Day – последний понедельник мая – государственный праздник в США) видели оригинальную наружную рекламу ИКЕА – гигантские бутылки диаметром в 4 фута и длиной в 10 футов, в которых находилась мебель из ИКЕА – кресла, книжный шкаф, кровать и мебель для детской – в натуральную величину.

Такой нестандартный подход к наружной рекламе должен был создать соответствующую шумиху в сообществе, а также обеспечить PR по поводу недавно открывшегося в 24 милях отсюда магазина ИКЕА.



Рекламная кампания в Сиднее «Самый длинный стеллаж в мире».

- В честь 30 летия создания книжного стеллажа БИЛЛИ, **ИКЕА** построила самый длинный в мире книжный стеллаж из 30 секций красного цвета на популярном в Сиднее (Австралия) пляже Бонди Бич (Bondi Beach). Стеллаж БИЛЛИ является классическим стеллажом для хранения практически любых вещей в доме и создан в виде модульной системы – конструктора, который можно собрать во множестве комбинаций исходя из своих потребностей. Стеллаж является лидером продаж шведского ритейлера с момента его создания – за 30 лет было продано более 40 миллионов изделий, и на сегодняшний момент **ИКЕА** производит около 3 миллионов стеллажей БИЛЛИ в год. Интересно, что стоимость его в России и в Австралии (Англии, США) сильно отличается.



Рекламная кампания в Швеции «ИКЕА Гардероб»»

- Создатели рекламной кампании решили отойти от рациональных советов и рекомендаций по правильному хранению, и сосредоточиться на том прекрасном и эмоциональном, что есть внутри шкафа – на одежде. Компания решила найти молодых креативных и талантливых дизайнеров в Швеции и предоставить им уникальную возможность открыть свой магазин. Магазин в двойном шкафу *ПАКС от ИКЕА*.



Социальные проекты компании «ИКЕА»

- ИКЕА сотрудничает с Всемирным фондом дикой природы (WWF) в работе над проектами, направленными на уменьшение вредного воздействия на климат планеты.

Один из примеров такого сотрудничества – совместные усилия ИКЕА, фонда WWF и отдельных поставщиков Польши, Швеции и Китая по созданию дневника образцовых успехов в области энергосбережения, экономии денег и снижения зависимости отопления и кондиционирования зданий и производства товаров от ископаемого топлива.

Кроме того, «ИКЕА» совместно с местными властями, представителями деловых кругов и другими организациями – работает над проведением пилотных исследований в Великобритании, Китае и США, направленных на продвижение экологичных видов транспорта. Накопленный опыт затем планируется применить и в других странах.



Расширение возможностей женщин в Индии

- Расширение возможностей женщин в «ковровом поясе» Индии. Наше сотрудничество с Программой развития ООН (UN Development Programme, UNDP) в течение 2010–2015 годов подарит дополнительные социальные и политические права и экономические возможности женщинам 500 деревень индийского штата Уттар-Прадеш, где ИКЕА и фонд ЮНИСЕФ ведут совместную работу с 2000 года. По крайней мере 50 000 женщин обретут возможность заняться предпринимательством, а значит, существенно увеличить доход своих семей. Кроме того, в рамках проекта планируется повышение осведомленности о социальных правах и привлечение к участию в принятии местных политических решений.

«Предотвращение эксплуатации детского труда»

- ИКЕА считает эксплуатацию детского труда недопустимой, поэтому активно борется с ней. Все поставщики ИКЕА и их субподрядчики должны соблюдать Кодекс поведения ИКЕА в вопросах детского труда: «Предотвращение эксплуатации детского труда. Методы ИКЕА» (The IKEA Way on Preventing Child Labour). Он обязывает поставщиков действовать с максимальным учетом интересов ребенка. Помимо соблюдения норм и контроля результатов необходимо искоренение первопричин детского труда. В связи с этим группа Социальной инициативы ИКЕА вкладывает средства в проекты фондов ЮНИСЕФ и «Спасем детей», направленные на защиту прав ребенка.



Реклама на ТВ

- ИКЕА сняла много интересной и хорошей рекламы. Названия 5 её лучших роликов.
 - 1) «Время разъезжаться?» Норвегия
Агентство New Deal DDB
 - 2) «Непристойная няня» Швеция
Агентство Forsman & Bodenfors
 - 3) «Идеи для хранения с умом» Швеция
Агентство Forsman & Bodenfors
 - 4) «Нужна новая кровать?» Польша
Агентство Leo Burnett, Warsaw
 - 5) «Слишком много мебели?» Франция
Агентство Leagas Delaney

- Еще один занимательный ролик - В честь приближающегося Хэллоуина сингапурское отделение ИКЕА сняло рекламу, в которой был спародирован легендарный фильм Стэнли Кубрика «Сияние». Реклама воспроизводит сцену, в которой Дэнни едет по коридорам отеля на трехколесном велосипеде, только действие происходит ночью в магазине ИКЕА. В конце ролика появляются мужчина и женщина в одинаковых синих платьях, говорящие «Come play with us, Danny!» («Пойдем играть, Дэнни!»). В оригинальной сцене девочки-близняшки говорят мальчику «Come play with us, Danny», то есть «Пойдем играть, Дэнни». В результате оказывается, что все плохое ему привиделось, а люди в платьях — его родители, которые зовут его с собой на кассу.



ИКЕА в цифрах

Группа компаний ИКЕА. Краткий обзор (2014)

- **Северная Америка** 51 магазин
 - **Европа** 222 магазина
 - **Россия** 14 магазинов
 - **Азия** 23 магазина
 - **Австралия** 5 магазинов
 - **Общий объем продаж** 28,7 млрд евро
- Магазины** 315 в 27 странах
Товары Около 9 500 в основном ассортименте
Сотрудники 147 000 человек
Поставщики 1 002 производителя товаров для обустройства дома в 51 стране
Посещения магазинов 716 млн
Посещения веб-сайта более 1,5 млрд
Каталоги 217 млн печатных экземпляров на 30 языках
Оборот Подразделения ИКЕА Food 1,46 млрд евро в год
Производство 59 % наших производственных предприятий расположены в Европе

Спасибо за внимание!