# Применение ИМК в продвижении компании



Выполнила студентка группы ДРРб -2-2 Шеремета Ксения

### Основные цели компании «IKEA»

- Увеличить продажи
- Существенно сократить расходы
- Повысить узнаваемость бренда

### Основная аудитория «IKEA»







#### Реклама компании «IKEA»





### ТВОРИТЕ **ЧТО ХОТИТЕ**

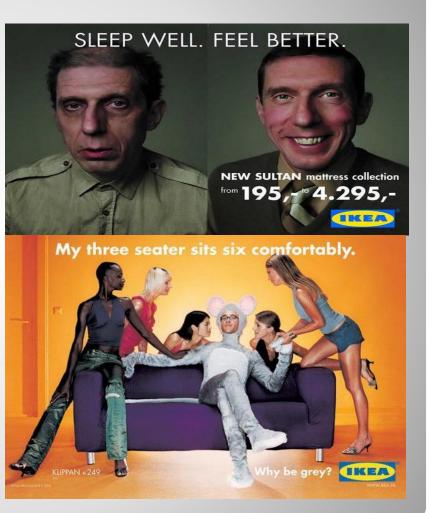
новинка

1999.-

БРЕЙМ

гардероб, 80×55×180см





#### «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





### Наружная реклама «ИКЕА»

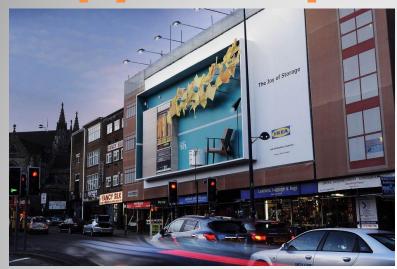




Рис. 1 На постере площадью более 200 кв. м, размещённом в центре второго по величине города Великобритании, вереницу из верхней одежды специалисты агентства Роsterscope и оператора наружной рекламы BlowUP Media изобразили в виде выносных элементов. По расчётам агентства Vizeum, нестандартную конструкцию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

Рис. 2 Креативная новогодняя эмбиент 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, «IKEA» 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

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

• Еще один занимательный ролик - В честь приближающегося Хэллоуина сингапурское отделение IKEA 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 IKEA. В конце ролика появляются мужчина и женщина в одинаковых синих платьях, говорящие «Соте рау with us, Danny!» («Пойдем платить, Дэнни!»). В оригинальной сцене девочкиблизняшки говорят мальчику «Соте 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.





### ІКЕА 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 IKEA Food 1,46 млрд евро в год Производство 59 % наших производственных предприятий расположены в Европе

