

# Применение ИМК в продвижении компании

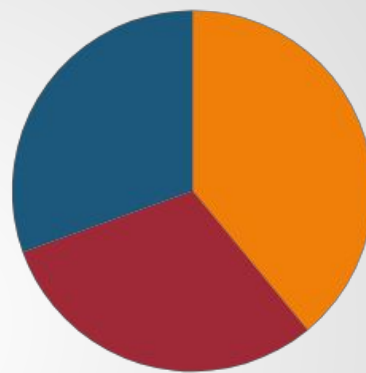


Выполнила студентка группы ДРРБ -2-2  
Шеремета Ксения

## 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](http://www.IKEA.ru)



SLEEP WELL. FEEL BETTER.

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

**IKEA**



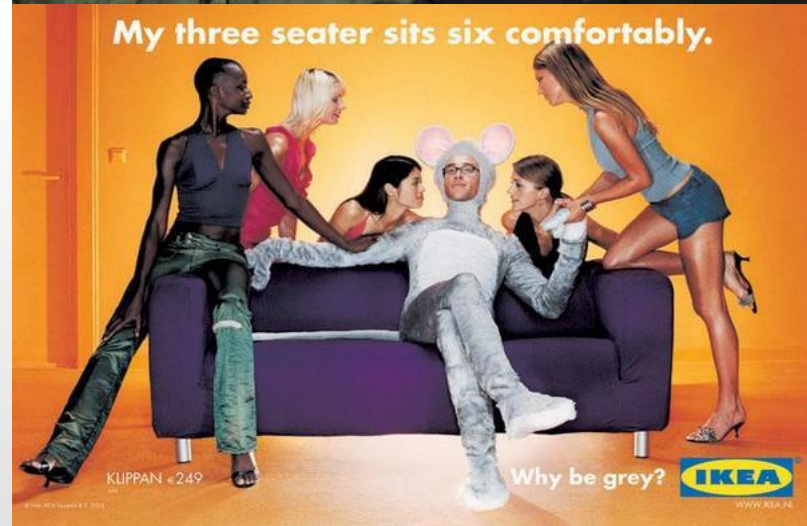
**ТВОРИТЕ  
ЧТО ХОТИТЕ**

**НОВИНКА**  
**1999.-**

**БРЕЙМ**  
гардероб,  
80×55×180см

**IKEA**

[www.IKEA.ru](http://www.IKEA.ru)



My three seater sits six comfortably.

KLIPPAN €249

Why be grey?

**IKEA**

[www.IKEA.ru](http://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!**