



Вашингтонская Яблочная Комиссия

Акции по продвижению яблок штата Вашингтон в рознице





Общая информация

- 80% решений о покупке яблок принимаются импульсно.
- Потребитель покупает глазами и у продавца есть только 2 секунды, чтобы поймать его взгляд, и менее 5 секунд, чтобы убедить сделать покупку.
- Рекламные мероприятия в местах продаж могут оказать существенное влияние на объем продаж яблок штата Вашингтон в данных торговых точках.
- Вашингтонская яблочная комиссия предоставляет различные виды помощи в продвижении, нацеленном на рост ваших продаж яблок штата Вашингтон.
- В среднем рост продаж яблок при проведении подобных мероприятий составляет 80%-200%, а иногда достигает десятков раз.
- Далее вы найдете краткое описание наиболее распространенных видов рекламных мероприятий яблок штата Вашингтон в рознице.





Размещение POS (Point of Sales) материалов



Механика:

Оформление мест продаж яблок штата Вашингтон яркими рекламно-информационными материалами.

Задачи:

- Повышение продаж яблок штата Вашингтон в данной торговой точке за счет привлечения внимания потребителей и продления времени, проводимого потребителями в отделе свежих фруктов.
- Распространение информации о продукте и его свойствах.





Консультирование



Механика:

Предоставление потребителям устной информации о яблоках штата Вашингтон, их свойствах и преимуществах, а также распространение рекламных материалов, консультации при выборе различных сортов яблок в зависимости от планируемого использования.

Задачи:

- Информирование целевой аудитории об особенностях и характеристиках яблок штата Вашингтон.
- Инициация пробной покупки.
- Привлечение потребителей конкурирующих товаров.





Дегустация



Механика:

Ознакомление целевой аудитории со вкусом и свойствами различных сортов яблок штата Вашингтон.

Задачи:

- Инициация пробной покупки.
- Личный опыт и собственные вкусовые ощущения дают самые твердые основания для принятия решения.





Сэмплинг



Механика:

Ознакомление целевой аудитории с яблоками штата Вашингтон путем распространения пробных экземпляров.

Задачи:

- Инициация пробной покупки.
- Личный опыт и собственные вкусовые ощущения дают самые твердые основания для принятия решения.





Подарок за покупку



Механика:

Потребитель получает подарок после покупки определенного количества яблок штата Вашингтон при предъявлении чека на покупку.

Задачи:

- Существующие потребители мотивируются на увеличение покупок.
- Привлекаются новые потребители.
- Подарок, напоминающий об опыте употребления яблок штата Вашингтон, остается у потребителя на длительное время.





Анимация продаж



Механика:

Организация специального действия для целевой аудитории, вовлечение потребителей в игру.

Задачи:

- Воздействие на покупателей на эмоциональном уровне;
- Создание эффекта «сарафанного радио»;
- Возможность использования нескольких каналов коммуникации одновременно, что повышает эффективность промо-кампании.





Дополнительные мероприятия

- Размещение информационных материалов во внутренних изданиях продовольственных сетей.
- Использование радио- и видеороликов.
- Поддержка рекламных мероприятий на внешних носителях.
- Поддержка акций на сайте Комиссии и с использованием рекламы в сети Интернет.
- И так далее...





Для обсуждения планов проведения совместных мероприятий, пожалуйста, свяжитесь с нами:

Вашингтонская Яблочная Комиссия
Представительство в Центральной России

ООО «РК Маркетинг»

Tel/fax: 7(495) 729-3080

E-mail: office@bestapples.ru

Web site: www.bestapples.ru

