

Особенности и стратегия продвижения на рынке бренда VISNY на рынке косметических средств.

Выполнила Сорокина Ирина ФСС-35
Научный руководитель Музыкант В.
Л.

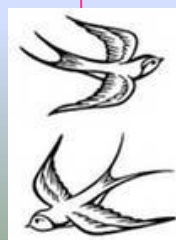
Цель:

Рассмотреть особенности
формирования и позиционирования
бренда VICHY на рынке косметических
средств

Задачи:

- Определить целевую аудиторию компании
- * Исследовать конкурентное окружение компании Apple
- * Изучить рекламную поддержку компании и её продукцию

Поле стратегий конкурентной борьбы

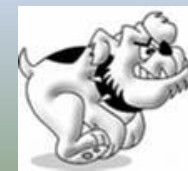


Бизнес-портфель





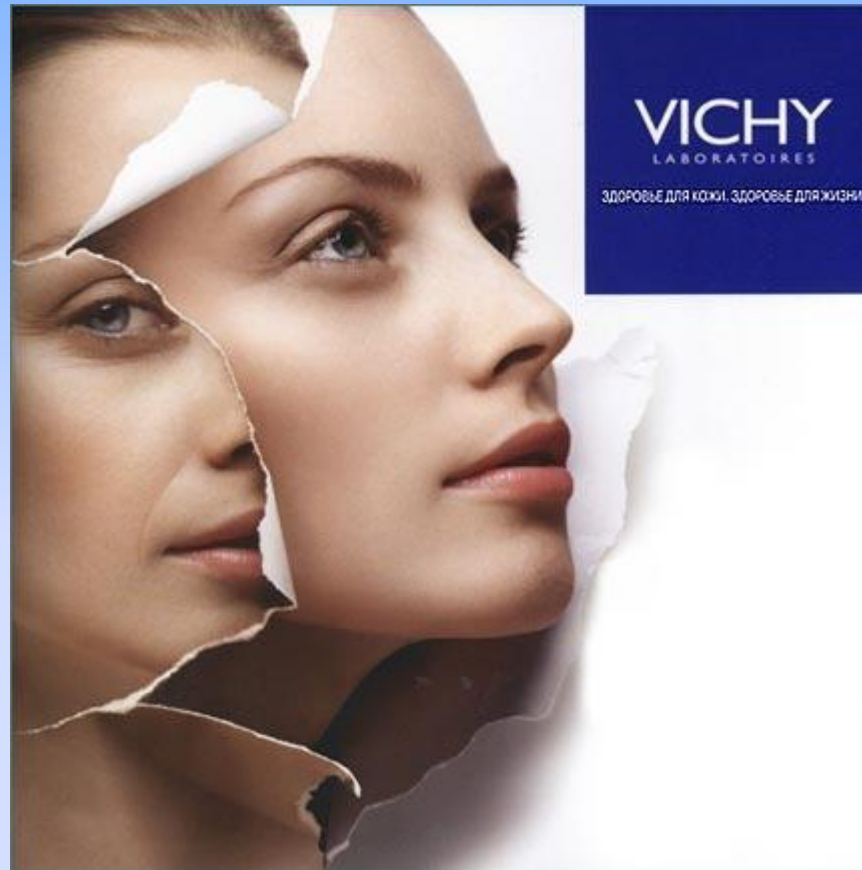
Матрица BCG



УП



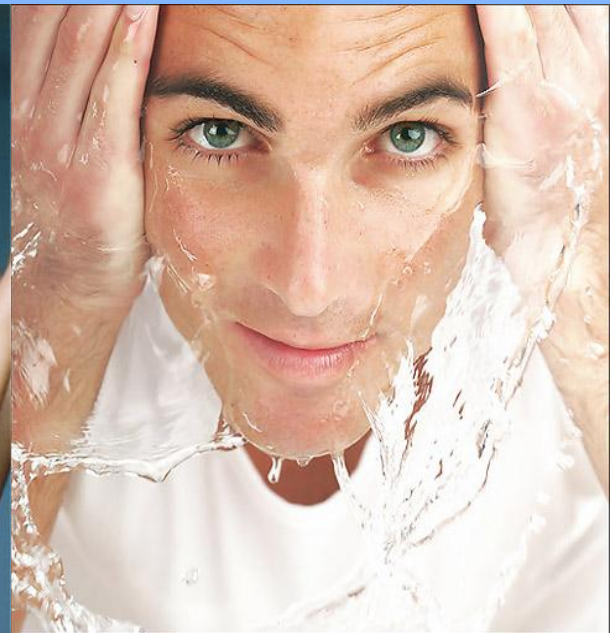
Brand mapping



Brand personality



Целевая аудитория

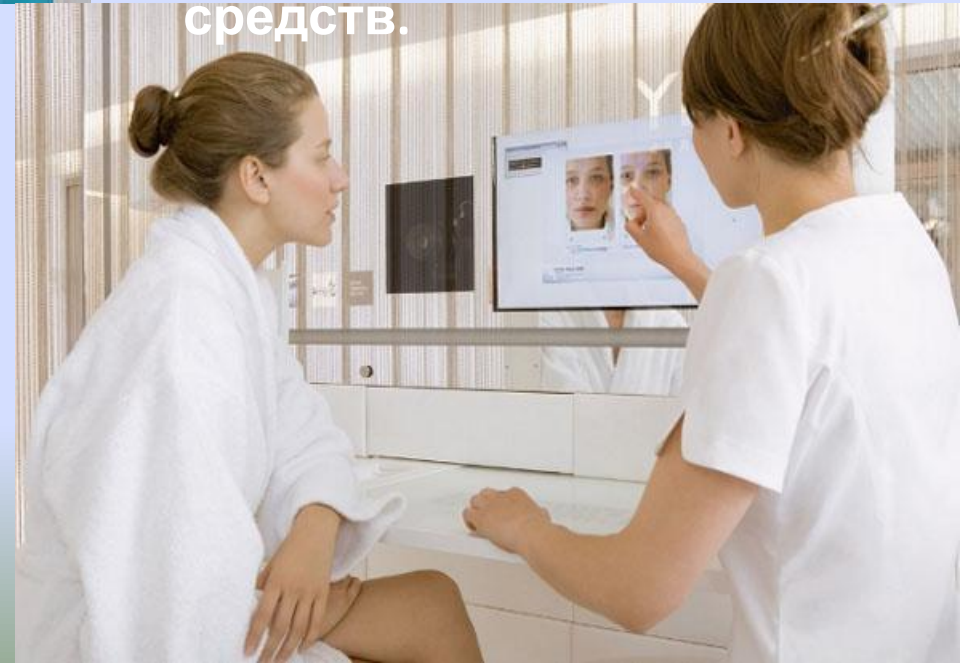


Фокус позиционирование



- Четкая сегментация продуктов.
- Продавцы-консультанты, работающие с продукцией Vichy специально обученные и могут оказать квалифицированную помощь при выборе средств.

- Вся продукция Vichy проходит клинические исследования и тестирование на аллергию.
- Продукция Vichy продается только в аптеке.



Виды рекламы

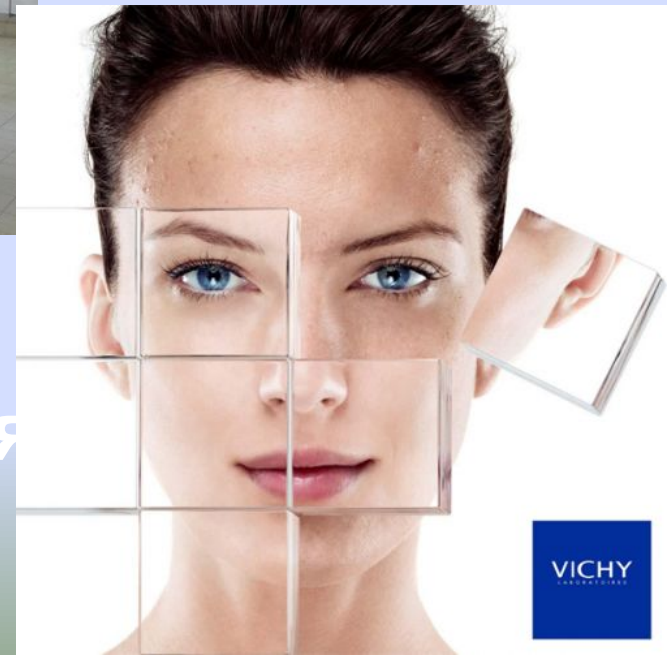


увещательная

информативная



напоминающая



Слоган

ЗДОРОВЬЕ – ЭТО КРАСИВО

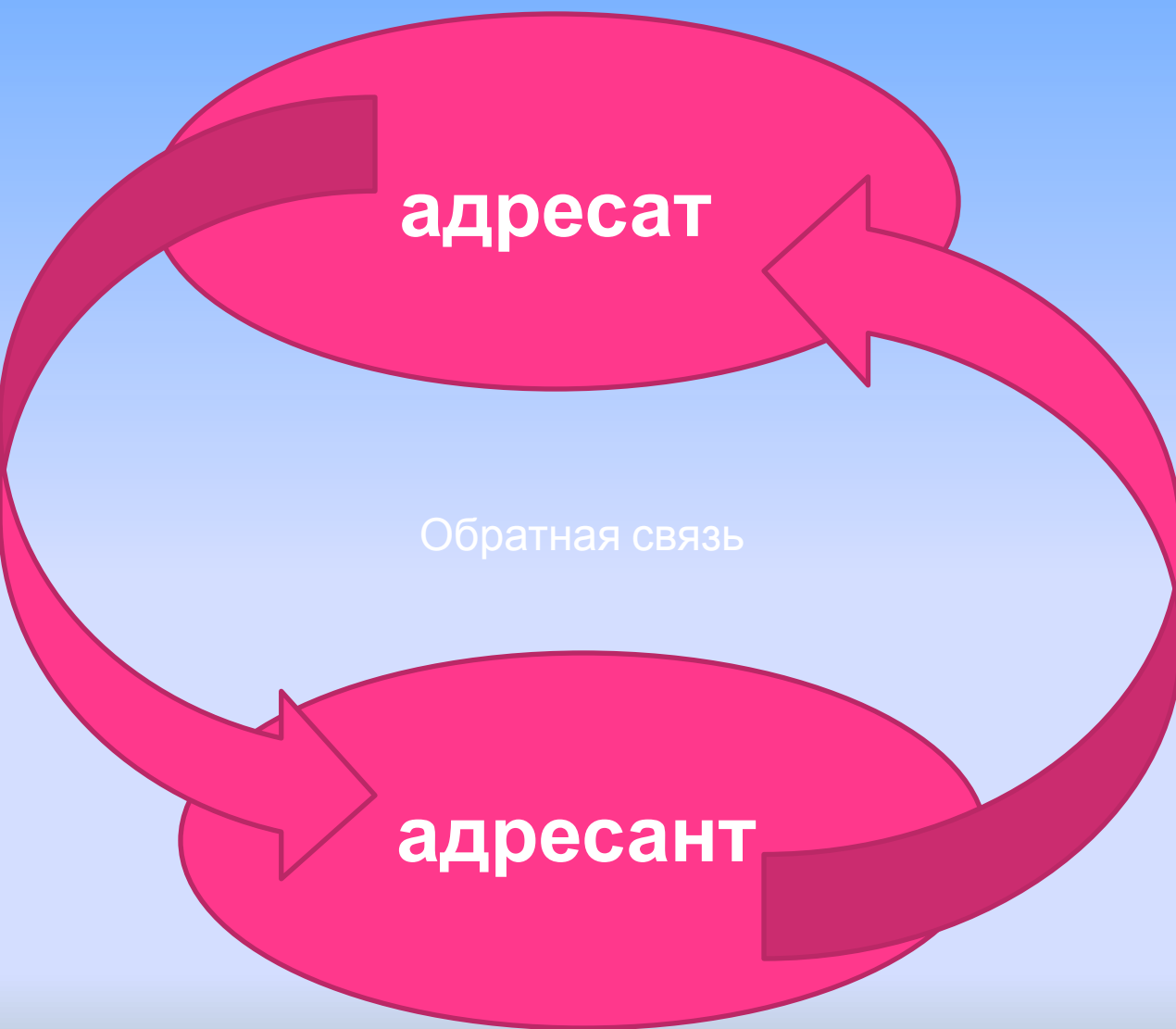
VICHY
LABORATOIRES

Рыночное позиционирование



- Это
качество
- Индивидуальный подход к клиентам
- Решит любые проблемы твоей кожи
- Уникальные научные разработки и
передовые технологии

PR модель



Выводы:

1. ЦА VICHY –это люди , нуждающиеся в качественном уходе за кожей лица, тела и головы.
2. Основными конкурентами VICHY являются аптечные косметические линии BIODERMA, La Roche-posay.
3. VICHY известна во всем мире благодаря чудодейственной термальной воде.