

INTEGROVANÁ KOMUNIKACE INTEGROVANÉ KAMPAŇ KONCEPT PR 360

JAK PRODÁVAT MIXÉRY

MARKETINGOVÝ MIXÉR VERSUS MIX





2.499 Kč



1.690 Kč



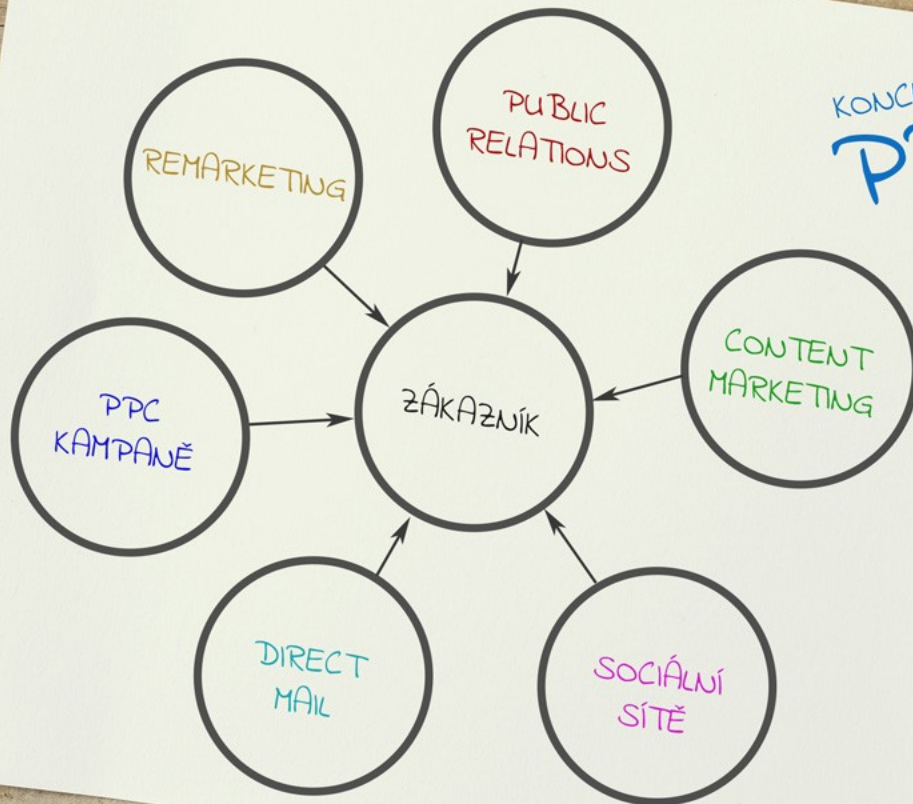
950 Kč



4.490 Kč



KONCEPT
PR 360



360° INTEGROVANÁ KOMUNIKACE

Využívá mix nástrojů,
které oslovují zákazníka
ve 360 stupních,
jednotným sdělením.

VÍCE O KONCEPTU PR360 NA

WWW.PR360.CZ

PROČ MIXÉR A NE MIX?





2.499 Kč



1.690 Kč



950 Kč



4.490 Kč



d
Test
www.dtest.cz

PHILIPS
HR3555/00

dobrá kvalita
hodnocení: 72 %
v testu: 21 výrobků
dTest 2/2018

TEORIE



MARKETINGOVÝ MIX 4P

Product

- **Co a komu**
- Co budeme na trhu nabízet a komu?

Price

- **Za kolik**
- Co je z pohledu zákazníka cena?

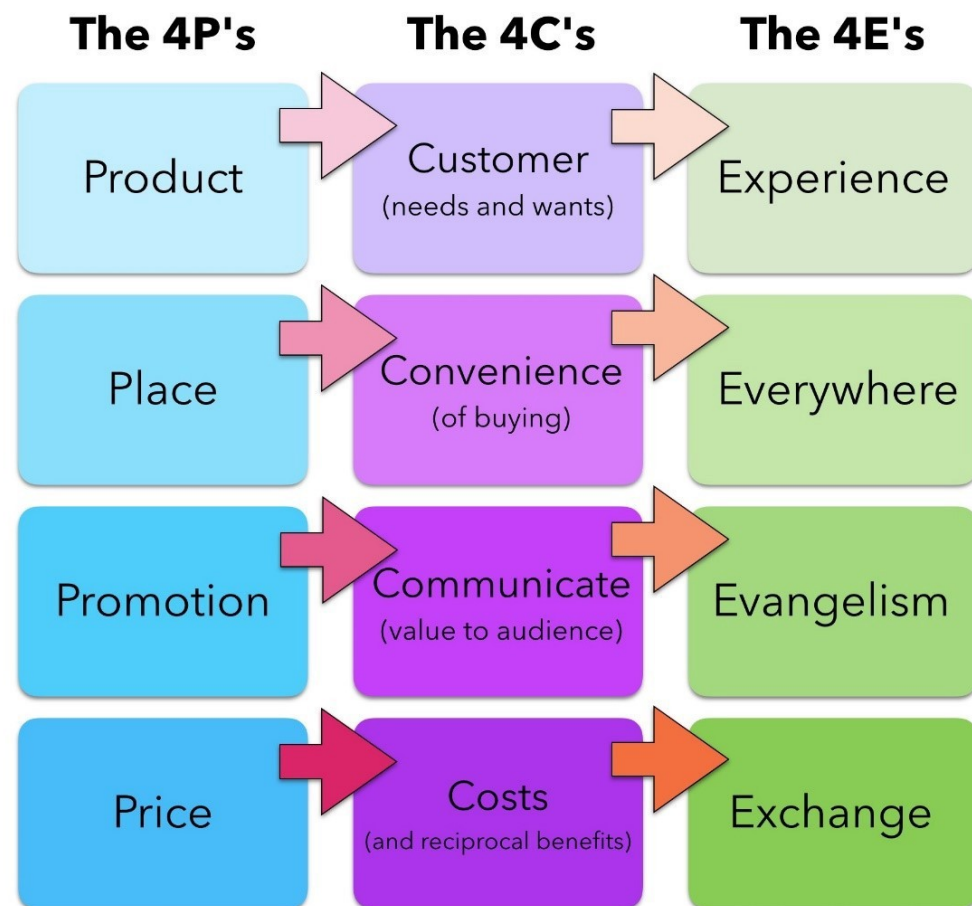
Place

- **Kde**
- Na jakém místě, jakými kanály budeme prodávat?

Promotion

- **Jak**
- Jak o tom, co nabízíme, dáme zákazníkům vědět?

MARKETINGOVÝ MIX 4C / 4E



ATL – ABOVE THE LINE

Nadlinková komunikace – TV, rádio, média (tisk)

BTL – BELOW THE LINE

Podlinková komunikace – prakticky vše ostatní

TTL – THROUGH LINE

Komunikace skrze linku

Integrovaná marketingová komunikace - integrované kampaně

Inbound marketing

360-stupňová komunikace

Multichannel marketing

KOMUNIKAČNÍ MODEL AIDA(S) – SEE THINK DO CARE

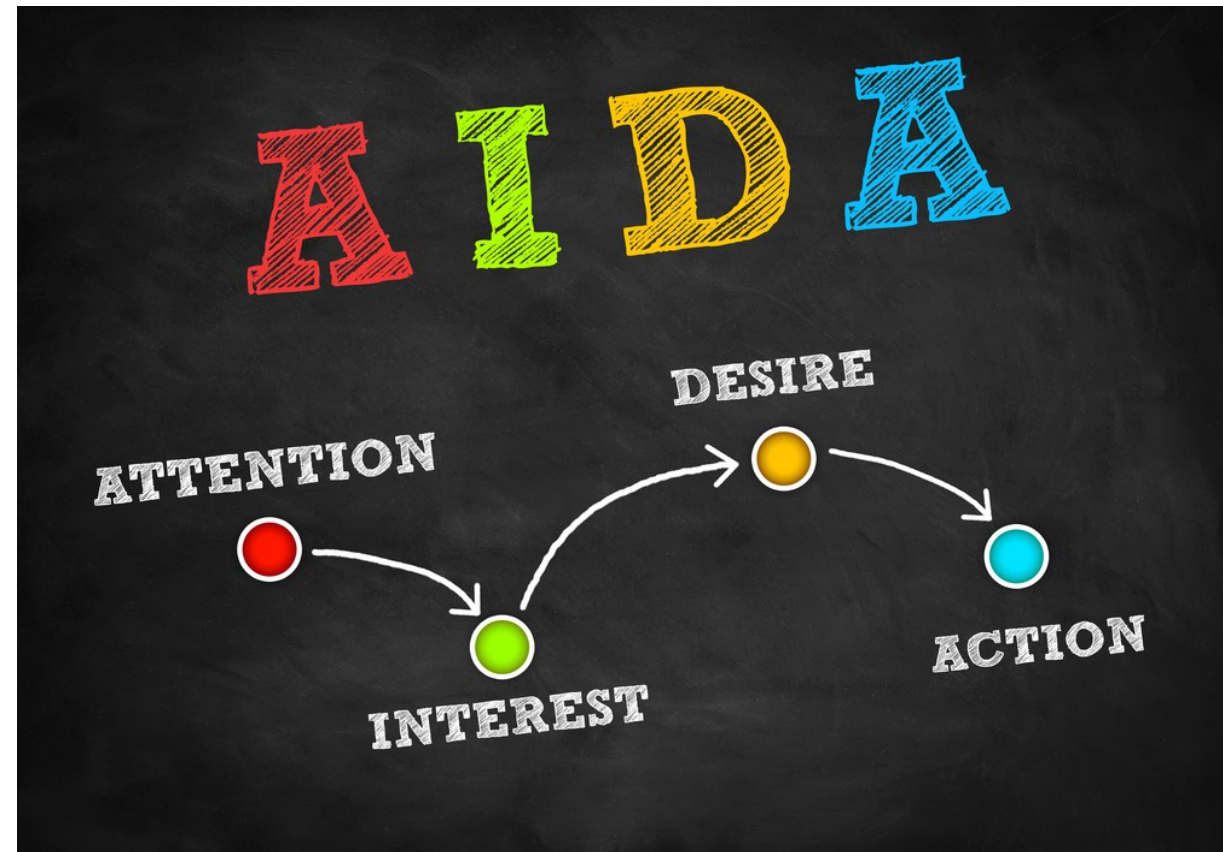
Attention – Pozornost: Cílem první fáze je získat pozornost

Interest – Zájem: Dalším krokem je vzbudit zájem

Desire – Touha: Následně je nutné vyvolat touhou, případně zvýšit pocit potřeby

Action – Akce: Cílovým krokem je zajistit akci (například nákup)

Satisfaction – Spokojenost: Původní model AIDA byl doplněn o post-sell aktivity podporující spokojenost



Consumer journey stage	SEE	THINK		DO	CARE
Priority	4	2		1	3
Audience segment	(Anyone that could buy from you) Example: People that will own a car at some point in their life	(Anyone starting to consider buying from your industry) Example: People starting to consider buying a <u>new</u> car	(Anyone starting to consider buying from your industry) Example: People starting to consider buying a <u>used</u> car	(Anyone looking to buy from you <u>now</u>) Example: People comparing car insurance options	(Your existing customers)
Message(s)	[INSERT TOP-LEVEL MESSAGE]	[INSERT MESSAGING THAT MAKES THE USP'S TANGIBLE...]	[INSERT MESSAGING THAT MAKES THE USP'S TANGIBLE...]	[INSERT URGENCY-TO-ACT MESSAGE]	[INSERT RETENTION/UPSELL MESSAGE]
What we want people to think in this phase	e.g. Understand that Bank X exists and that it provides car insurances	e.g. Understand that there is no fee the first year when buying a new car	e.g. Understand that you have the lowest deductible in the market	e.g. Understand that if you order within 24h you get 3 free car washes	e.g. Understand that Bank X has been voted best car insurance by users for 3rd year in a row
KPI(s)	Awareness	Branded searches and direct traffic to site		Sales	Retention/Churn
Digital targeting & ad formats	TBD by channel (targeting often so called "similar audiences")	TBD by channel (targeting often remarketing lists)	TBD by channel (targeting often remarketing lists)	TBD by channel (targeting often remarketing lists and direct search engine targeting)	TBD by channel (targeting often CRM system)

PUSH / PULL STRATEGIE

Cílem **Push marketingu** je „tlačit“ zákazníky k akci, nejčastěji ke koupi. Jde o jednosměrnou komunikaci, při které firma působí na zákazníky pomocí nevyžádaných informací. Těmi může být (bannerová) reklama, leták, direct marketing apod.

Push marketing se tedy nejčastěji využívá při uvádění nových produktů na trh, kdy chceme, aby zákazníci produkt zaregistrovali a chtěli jej vlastnit. Push marketing se ale využívá také při budování značky. Cílem je zákazníka informovat, podnítit k akci nebo zvbýšit povědomí.

Strategie **Pull marketingu** je oboustranná. Hlavním aktérem je sám zákazník, který se chová aktivně. Není jen konzumentem reklamy, uvědoměle vyhledává informace o produktu. Druhý krok je na straně firmy. Pro zajištění tohoto kroku ale musí firma předem podniknout akce, aby zajistila, že ji zákazník najde, dohledá snadno informace a na základě nich se rozhodne pro nákup.

PRAXE

JAK PRODÁVAT MIXÉRY

LESENSKYCZ





2.499 Kč



1.690 Kč



950 Kč



4.490 Kč

CO SI ZAPAMATOVAT?

360° INTEGROVANÁ KOMUNIKACE?

Vzpomeňte si na mixér 😊

**DĚKUJEME ZA
POZORNOST**

LESENSKY.CZ @ 2018