

Примерные практические задачи по дисциплине «Маркетинговые коммуникации»

Задача 1

Косметическое предприятие "Белита" широко известно своими изделиями высокого качества.

В начале 2008 года директор предприятия поставил задачу сосредоточить усилия на увеличении прибыли на основе выпуска новой продукции – зубной пасты. Она была изготовлена из природных компонентов, причем с лучшими, чем у всех выпускаемых паст, очищающим эффектом, ароматом, антикариесными и никотиноудаляющими свойствами.

С таким товаром можно было быстрее всего выйти на рынок России. Зубной пасте была подобрана приятная для глаз упаковка и дано название "Белита". Отдел маркетинга предложил установить уровень цены, превышающий конкурентные цены. Предприятие и раньше успешно использовало такую политику на рынке России, стремясь заполнить нишу между лучшими марками и дешевыми изделиями.

Руководство приняло это предложение, считая, что более требовательные покупатели будут согласны заплатить большую цену за лучшие изделия. Предполагалось, что реализация новой пасты не составит проблемы, поскольку у "Белиты" установились давние связи с предприятиями оптовой и розничной торговли.

Однако зубная паста "Белита" не нашла на рынке спроса. В результате проведенного опроса покупателей были выяснены их мнения (приводятся типичные ответы):

- Мне очень нравится та паста, которой я пользуюсь. Зачем мне ее менять?
- Не намерен покупать дорогую зубную пасту. Не может быть, чтобы она была настолько же лучше, чем насколько дороже.
- Мне не известно такое название зубной пасты. Я осторожно отношусь к новым маркам товара.

Вопросы для обсуждения

1. Какая задача была поставлена руководителем предприятия "Белита"? 2. В чем причина отсутствия спроса на "Белиту" на российском рынке? 3. Какие элементы системы коммуникаций, на Ваш взгляд, следовало бы задействовать для продвижения новой зубной пасты на российском рынке? 4. Составить программу маркетинговых коммуникаций с обоснованием каждого ее элемента.

Задача No2. Предположим, вы стали менеджером по маркетингу

обувного

предприятия и вам поручено возглавить работу по созданию базы данных о покупателях модельной обуви. С чего вы начнете работу? Каким образом и какие данные вы будете собирать? Каким образом база данных будет использована и какие маркетинговые задачи с ее помощью вы будете решать?

Задача №3. Менеджер по маркетингу проводит опрос студентов, чтобы выяснить, какие рекламные ролики им меньше всего понравились. Одна из студенток называет широко известную рекламу болеутоляющего средства Пенталгин-Н. Однако, придя в очередной раз в аптеку, она покупает именно это средство. Как можно объяснить покупательское поведение студентки.

Задача №4. Компания сотовой связи «Билайн» использовала в своих рекламных роликах «Сколько вешать» в 2003 году рациональный призыв, указывая на то, что у них более точная система тарификации, чем у конкурентов. В то время как о компании «МТС» шли слухи, что она «обворовывает» своих клиентов. Предложите и обоснуйте программу маркетинговых коммуникаций для компании «МТС», целью которой является восстановление имиджа компании и нейтрализация негативных слухов.

Задача №5. Перед исследовательской компанией была поставлена задача провести тестирование 4 вариантов рекламных концепций туалетной воды NN с целью выбрать наиболее привлекательную. Предложите и обоснуйте способ проведения тестирования (с конкретизацией).

Задача №6. К участию в ежегодно проводимом Каннском фестивале рекламы допускаются лишь удовлетворяющие соответствующим требованиям рекламные ролики. К таким требованиям относится прежде всего наличие оригинальной идеи в содержании ролика и относительно невысокая стоимость его создания. Гран-при фестиваля, как правило, получает концептуальный ролик, который, по мнению создателей, должен определять собой направление всей рекламной работы в будущем году.

На одном из фестивалей победил довольно простой ролик. Его содержание в общих чертах следующее. Белый фон, фотокамера. Палец нажимает кнопку на фотокамере – щелчок, вспышка. Опять нажимает – щелчок, вспышка. Еще раз нажимает – нет вспышки. Рука достает из камеры батарейки и выбрасывает камеру, берет другую и вставляет в нее те же батарейки. Палец нажимает кнопку –

щелчок,
32вспышка. Сколько стоит создание такого ролика? Практически
ничего. Но в нем заложена и воплощена гениальная идея. Какая
именно?