

ПРЕЗЕНТАЦИЯ НОВОГО PEUGEOT 308 В РОССИИ



PEUGEOT

СОДЕРЖАНИЕ

1. PEUGEOT 308. Модель. Позиционирование. Конкуренты.

1

2. PEUGEOT 308. Запуск модели в России.

2

3. PEUGEOT 308. Дилерский маркетинг.

3

4. PEUGEOT 308. Концепция мероприятия.

4

5. PEUGEOT 308. Согласование и отчетность.

5

PEUGEOT 308. ЗАДАЧИ

Задачи:

- укрепить позиции модели как одного из лидеров сегмента M1,
- привлечь внимание мужской аудитории и увеличить тем самым долю владельцев-мужчин Peugeot 308,
- улучшить имидж модели среди потенциальных клиентов, благодаря предложенной широкой гамме двигателей, новому облику и новым опциям.

1

2

3

4

5

PEUGEOT 308. МОДЕЛЬ

- Более «мужественный» облик
- Новые опции в оборудовании, предоставляющие еще больше комфорта
- Адаптированность к российским условиям
- Широкая цветовая гамма
- Привлекательная цена



1

2

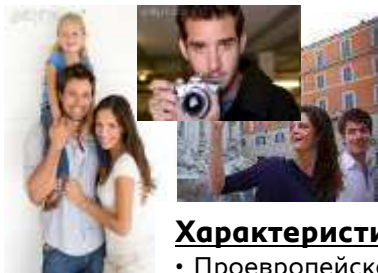
3

4

5

*Подробности см. в Product News от 31.05.2011

PEUGEOT 308. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



Характеристики:

- Проевропейское отношение к жизни
- Открыты всему новому
- Демократичны и независимы
- Самодостаточны и самостоятельны во всем



Свободное время:

- Интернет
- Музыка
- Постоянное общение в барах, кафе, ресторанах
- Путешествия за границу

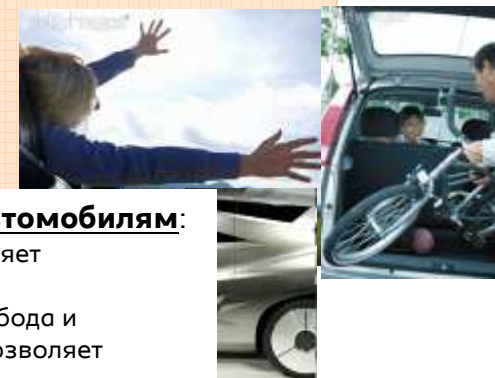
Целевая аудитория:

- Мужчины, женщины: одинокие и пары (бездетные или с 1-м ребенком)
- Возраст: 25-40
- Доход: Средний/Высокий



Ценности:

- Самореализация
- Постоянное самосовершенствование и самообразование
- Высокий доход для комфорта и удовольствия
- Семья



Отношение к автомобилям:

- Вождение доставляет удовольствие
- Автомобиль – свобода и независимость, позволяет разнообразить времяпрепровождение с семьей
- Мотив покупки: цена-качество и дизайн
- Ценят технические усовершенствования и инновационные решения

1

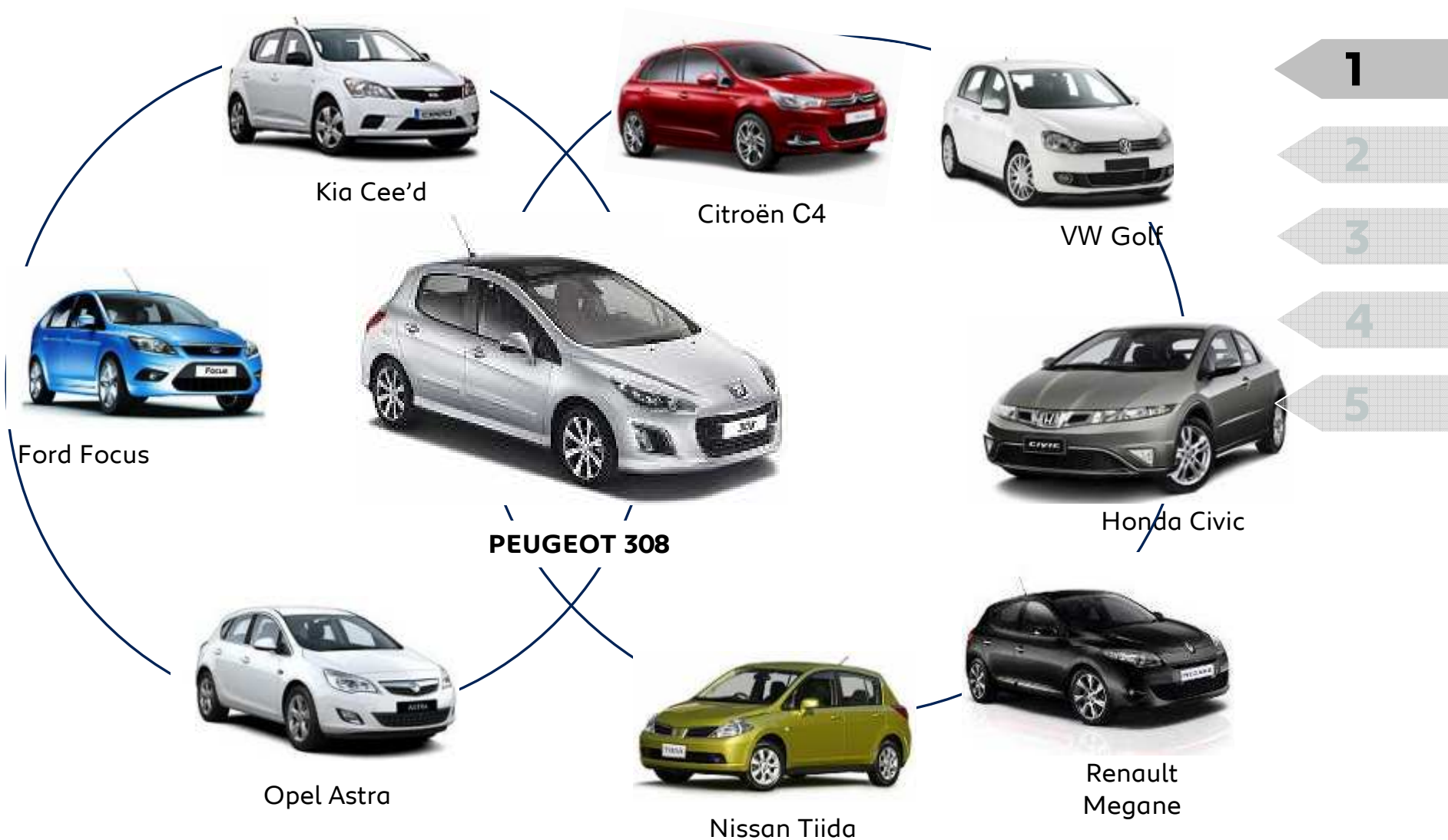
2

3

4

5

PEUGEOT 308. КОНКУРЕНТЫ



PEUGEOT 308. ПЛАН ЗАПУСКА

Новый Peugeot 308 План запуска																				
	2011																			
	May					Июнь					Июль					August				
	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29		
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35		
Продукт и обучение																				
Анонс запуска Нового Peugeot 308 в России																				
Анонс цен и спецификаций																				
Тренинг для Дилерской сети со сравнительным тест-драйвом																				
Директ-маркетинговая электронная рассылка																				
PR-поддержка																				
Тест-драйв для прессы: Москва-Ялта-Москва																				
Пресс-релиз																				
Рекламная поддержка																				
ATL:																				
Медиа-кампания																				
BTL:																				
Презентация корпоративным клиентам																				
Дилерская конвенция, посвященная запуску Peugeot 308																				
Мероприятие для VIP-клиентов																				
Дилерский маркетинг																				
Доступность POS-материалов на ftp-сервере																				
Оформление шоу-рума																				
Старт медиа-кампаний Дилерской сети																				
BTL-мероприятия Дилерской сети																				
Коммерческий запуск и начало приема заказов																				

2

3

4

5

PEUGEOT 308. ФЕДЕРАЛЬНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Каналы коммуникаций	Июль					Август			
	26	27	28	29	30	31	32	33	34
	27	4	11	18	25	1	8	15	22
Национальное ТВ									
Первый, СТС, ТВ-3, ТНТ									
Спутниковые каналы									
Пресса									
Автомобильная									
Бизнес/новости									
Спорт									
Мужские глянцевого издания									
Женские глянцевого издания									
Бортовые издания									
Издания общей направленности									
Интернет									
Поисковые сайты									
Социальные ресурсы									
Новости и бизнес									
Видео ресурсы									
Спорт									
Автомобили									
Карты/погода									
ООН									
Щиты 3x6									
Суперсайты 5x12									
Аэропорты Москвы									
Шереметьево									
Домодедово									

2

3

4

5

PEUGEOT 308. ДИЛЕРСКИЙ МАРКЕТИНГ. ЗАДАЧИ

- единые сроки и формат презентации новой модели (с 1 по 30 июня)
- проведение согласованной рекламной кампании, анонсирующей запуск новой модели
- единый стиль оформления салона
- наличие тестового и демо автомобиля
- наличие каталогов по модели
- согласование всей активности Дилера, направленной на подготовку и реализацию мероприятий по модели
- предоставление отчета по модели



3



4



5

PEUGEOT 308. ДИЛЕРСКИЙ МАРКЕТИНГ. ШОУ-РУМ

Все Дилерские центры должны быть оформлены POS-материалами:

- оформление шоу-рума:
 - наличие каталогов по презентуемой модели,
 - стикеры на пол, ведущие от входной зоны и указывающие направление к новой модели,
 - портафиш должен стоять рядом с автомобилем (возле багажной двери),
 - ролл-ап.

3

4

5



Ролл-ап



Портафиш

PEUGEOT 308. ДИЛЕРСКИЙ МАРКЕТИНГ. ШОУ-РУМ

Все Дилерские центры должны быть оформлены POS-материалами:

- автомобиль должен быть представлен:
 - **обязательно:** в центральной части салона и оформлен соответствующим образом,
 - **опционально:** перед шоу-румом на подиуме в соответствующей оклейке (макет предоставляется ПСР).

3

4

5



PEUGEOT 308. ПРИМЕЧАНИЕ!!!

Обращаем Ваше внимание, что до 01 июля 2011г.
ЗАПРЕЩЕНО публиковать цены и демонстрировать автомобиль!

Старт продаж модели – 1 июля 2011 года, в случае выявления досрочной продажи и выдачи автомобиля клиенту, в случае выявления досрочной продажи и выдачи автомобиля клиенту, Дилеру может быть отказано в квартальном бонусе по продажам!

345

ВНИМАНИЕ!!! В случае, если Дилер продал все имеющиеся у него в наличии автомобили, то последний автомобиль не выдается клиенту и присутствует в салоне до пополнения склада. Выполнение данного требования **строго обязательно**: автомобиль должен находиться в салоне в течение 2-х месяцев непрерывно!

PEUGEOT 308. ДИЛЕРСКИЙ МАРКЕТИНГ. ЗОНА ТЕСТ-ДРАЙВА

Каждый Дилер должен обеспечить:

- наличие тестового и демо автомобиля, оклеенные по стандартам ПСР (дизайн стикера и пример оклейки будет представлен на ftp-сервере агентства с 15 июня 2011г.),
- оформление зоны тест-драйва согласно приведенному примеру (доступно на ftp-сервере агентства с 20 июня 2011г.).

3

4

5



PEUGEOT 308. КОНЦЕПЦИЯ МЕРОПРИЯТИЯ



4

5

PEUGEOT 308. КОНЦЕПЦИЯ МЕРОПРИЯТИЯ

В рамках презентации Нового Peugeot 308 мы предлагаем концепцию мероприятия «Вдохновение в жизни и в движении!».

Данная концепция позволяет нам подчеркнуть особенности нового автомобиля: новый дизайн, новый уровень комфорта, технического оснащения и безопасности и отразить ключевые ценности и стремления нашей аудитории:

- вдохновляться и вдохновлять,
- удивляться и удивлять,
- неустанно развиваться и самосовершенствоваться,
- получать удовольствие от общения, и, что самое важное, от вождения автомобиля.



4



5

Вдохновение можно черпать повсюду: в запахах, звуках, вкусе любимого блюда или в созерцании чего-то необычного, прикасаясь к красивому.

Источник вдохновения для каждого свой!

Творите свою незабываемую и неповторимую атмосферу Мира Peugeot, неотъемлемой частью которого является Новый Peugeot 308!

PEUGEOT 308. КОНЦЕПЦИЯ МЕРОПРИЯТИЯ

1. Анонсирование мероприятия посредством Интернет-сайта Дилера (опционально: радио. перетяжки): за 2 недели до мероприятия
2. Рассылка именных приглашений по клиентской базе Дилера и телефонный обзвон: за 1 неделю до начала мероприятия
3. Разработка креативной концепции мероприятия/ сценария на 360°. Каждый аспект должен быть продуман до мелочей:

- оформление шоу-рума на время мероприятия: соответствующее разработанной концепции освещение, драпировка, украшение салона цветами/ шарами/ тканями и т.п.
- музыкальное сопровождение: музыкальные композиции и DJ-сеты в соответствии с общей атмосферой мероприятия,
- фуршет: креативное, дизайнерски оформленное меню – эксперименты со вкусом внешним видом обычных угощений или традиционно французские блюда. Решение за вами.

4. Программа мероприятия:

- развлекательная шоу-программа с творческими конкурсами и викторинами должна быть подготовлена также в выбранном направлении,
- **ВНИМАНИЕ!!!** Шоу и активация посетителей должны быть органично «закручены» вокруг Нового Peugeot 308 и ни в коем случае не должны отвлекать от него.

PEUGEOT 308. МЕДИА-КАМПАНИЯ

Задача Дилерской сети: поддержать рекламную кампанию ПСР по всем вышеперечисленным каналам коммуникации (в рамках своего квартального бюджета), а также анонсировать появление модели в салонах Дилерской сети и пригласить на тест-драйв.

Интернет-сайты Дилерской сети:

- **обязательно**: на главной странице сайта должен быть представлен баннер посвященный новой модели (предоставляется ПСР) с **01.07.2011 (СТРОГО!!!)**
- **опционально**: должен быть представлен баннер. приглашающий на клиентское мероприятие



4



5

Креативные материалы: будут доступны на ftp-сервере агентства с 15 июня 2011г.

PEUGEOT 308. СОГЛАСОВАНИЕ И ОТЧЕТНОСТЬ

Дилер:

- согласует с ПСР медиа-план по поддержке запуска новой модели в своем регионе – до 30 июня 2011
- согласует с ПСР сценарий и смету на проведение презентации новой модели – до 30 июня 2011
- до 31.08.2011 предоставляет отчет о проведенном мероприятии в стандартном объеме и по схеме, принятой в ПСР.

5

ЖЕЛАЕМ УДАЧИ!

