

# SEAT

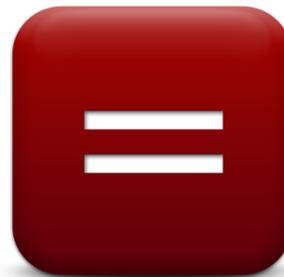
## Разработка стратегии продвижения



Подготовила студентка 3 курса  
специальности связей с общественностью  
Федоренко Екатерина

**SEAT** — испанская компания, специализирующаяся на производстве легковых автомобилей. История бренда Seat началась еще в 1950 году, когда итальянский концерн Fiat открыл свой филиал в Барселоне. В 1990 году вошла в состав концерна Volkswagen.

ENJOYNEERING



**ENJOYNEERING – это сочетание двух английских слов: ENJOY, что означает радоваться и наслаждаться, и ENGINEERING – инженерное искусство, технология. Именно эти два слова заключают в себе главные ценности бренда SEAT.**



**Мы — испанцы и немцы.  
Мы страстные перфекционисты.  
Мы за эмоциональные технологии  
Всё, что мы знаем,—это всё, что вы  
чувствуете  
Мы придаём смысл дизайну.  
Мы воплощаем технологии в жизнь.  
Мы называем это  
ENJOYNEERING  
МЫ — SEAT.**

Слоган для рекламы автомобиля:

Зажги в себе Seat



# Целевая аудитория

Стиль, яркость, современный дизайн в сочетании с комфортом, легкостью управления, динамичностью и функциональностью позволяет определить целевую аудиторию продукта: мужчины и женщины, 25-35 лет, с уровнем дохода выше среднего.



# Смежная целевая аудитория

Молодые люди от 20 до 25, которых привлекает минималистичный дизайн интерьера, спортивный характер автомобиля **SEAT** и возможность подключения дополнительных аудиоустройств, подготовка под установку портативной навигации, USB-порт и Bluetooth-модуль для организации мобильной связи в режиме hands-free.



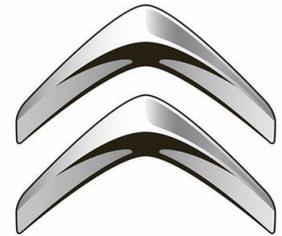
# Основные конкуренты SEAT



ozmojo



**PEUGEOT**



**CITROËN**

# Рейтинг авто в России 2012

Автомобили			
2012			
1.		(BMW)	17.2%
2.	 TOYOTA	(TOYOTA)	16%
3.		(AUDI)	11.9%
4.	 Mercedes-Benz	(MERCEDES)	11.6%
5.		(NISSAN)	9.8%
6.		(VOLKSWAGEN)	9.6%
7.		(FORD)	8.5%
8.		(MAZDA)	5.4%
9.		(OPEL)	5.1%
10.		(KIA)	4.9%

# Краткая характеристика конкурентов



ozmojo

Компания Ford является одной из лидирующих автомобильных компаний в мире. Вокруг этого имени сложился особый набор характерных понятий: верный, удобный, трудолюбивый, надёжный, выносливый, терпеливый.

**Слоганы:** Форд. Навстречу переменам.

Ford. Надежен. Создан для жизни.

Входит в **топ-25 самых продаваемых машин в России** в 2011 г.

**Анализ сайта:** По данным расчетов, приблизительная стоимость этого веб-сайта может составлять порядка \$76,183 USD. Ford.ru имеет оценку репутации 92 из 100.

**Средняя цена** автомобиля схожего по техническим характеристикам с seat: 532.000 руб



**Peugeot** - материнская компания PSA Peugeot Citroën является вторым по величине в Европе автопроизводителем после Volkswagen.

Обновленное позиционирование Peugeot подчеркивает роль эмоции в создании и использовании автомобиля. И еще раз заявляет, что автомобиль Peugeot – это не только средство передвижения.

### **Новый слоган.**

Для того, чтобы подчеркнуть новое позиционирование бренда Peugeot, компания создала слоган, который будет звучать одинаково в каждой стране мира.

### **Peugeot, Motion & Emotion**

Этот слоган будет использоваться во всех рекламных коммуникациях Peugeot.

**Анализ сайта:** приблизительная стоимость веб-сайта может составлять порядка \$40,723 USD. Peugeot.ru имеет оценку репутации 90 из 100.

Средняя цена: 539.000 руб.



**Имиджевый слоган: Citroën. опережая воображение.**

**Особенности:** красивый французский дизайн;  
трёхслойная шумоизоляция;  
сильный акцент на безопасность ;  
гидропневматическая подвеска Hydractive III+;  
надёжность, экономичность и сила дизельных моторов  
Citroen, устанавливаемых на машины компаний: Ford,  
LandRover, Peugeot, Volvo, BMW и т.д

**Анализ сайта:** приблизительная стоимость этого веб-сайта  
может составлять порядка \$57,953 USD.  
Citroen.ru имеет оценку репутации 91 из 100.

**Средняя цена:** 584.000 руб

# Аналитика конкурентов с точки зрения использования эффективных методов продвижения бренда

1. По степени узнаваемости бренда в России среди прочих лидирует **Ford**.
2. Группа компаний **PSA Peugeot Citroen** проводит изменения системы позиционирования бренда. Peugeot теперь будут стоять выше по позиционированию, чем автомобили С-класса Citroen.
3. Главными направлениями развития бренда Peugeot -создание у потенциальных покупателей клиентов чувства надежности и качества. Кроме того, Peugeot в 2013 году основной акцент делает на развитии технологии, защищающих окружающую среду, что повышает конкурентные преимущества относительно других авто компаний.
4. По количеству средств, затрачиваемых на PR-поддержку и рекламу в России в частности лидирует также **Ford**.



## Цель PR-кампании SEAT

**Увеличение объёма продаж  
на российском рынке.**

\*Статистика журнала «Эксперт» 2012 г.:  
доля SEAT на российском рынке составляет 0,1 %;  
в Европе 2,5%;  
в некоторых странах Восточной Европы, например  
Польше, доля SEAT составляет 3–5%;  
в Испании - 8 % рынка.



# Задачи кампании

1. Повысить узнаваемость бренда в России за счёт активного использования методов PR-продвижения.
2. Формирование имиджа компании с учётом специфики российского потребителя.
3. Позиционирование компании SEAT как самостоятельного звена концерна Volkswagen (марка SEAT входит в Audi Brand Group, то есть приближена к премиальным маркам концерна Volkswagen).



# Стратегия продвижения

- анализ собственного PR-потенциала компании;
- определение ключевой идеи продвижения;
- координация PR-активности внутри компании;
- организация взаимодействия с релевантными СМИ;
- анализ существующих публикаций о компании в СМИ;
- поиск оптимального формата подачи материала в СМИ;
- создание информационных поводов для СМИ;
- обнаружение и заполнение «информационных лакун» в прессе (в рамках заданного сегмента).



# Собственный PR - потенциал компании SEAT

- ✓ известность бренда SEAT на европейском автомобильном рынке;
- ✓ PR-мероприятия уже осуществляемые дилерскими центрами по России;
- ✓ интернет продвижение (официальный сайт, группа Вк, форумы) – видимые инструменты коммуникации.

# Ключевая идея продвижения

~~Seat: Мы делаем машины!~~

Создание имиджевого образа автомобиля **SEAT** с подчёркнутой страстью к качеству, к технологиям и к каждой детали. **SEAT** – воплощение немецких технологий и испанской страсти. Автомобили **SEAT** - смелый и живой дизайн и одновременно спортивный характер.



# Взаимодействие с релевантными СМИ

Увеличение количества публикаций в авторитетных специализированных и неспециализированных изданиях, за счёт увеличения инициируемых компанией информационных поводов.

Участия в британской телепередаче «Top Gear», например, в рубрике «Необычные обзоры» (по сценарию специального проекта: Культурный забег по России с Seat(подробнее ниже)).



# Анализ публикаций о SEAT в СМИ



Журнал «Мотор»



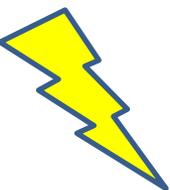
Журнал «За рулем»



Журнал Cosmopolitan



Журнал «За рулем»



Публикации имеют в основном информационный характер: представление новых моделей SEAT.

- ❖ больше имиджевых статей;
- ❖ больше публикаций как в специализированных, так и не в специализированных СМИ , за счёт интересных информационных поводов;
- ❖ привлечение других каналов СМИ: радио, TV.

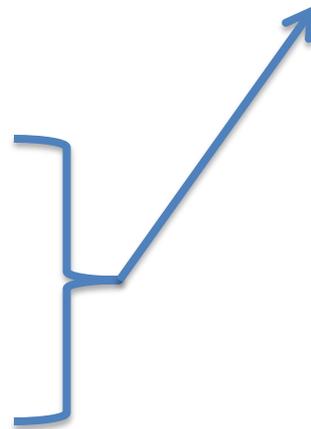


# Медиа-стратегия

Использование  
эффективных каналов  
коммуникации: TV,  
наружная реклама,  
радио, пресса, online



использование методов  
PR, sales promotion,  
директ маркетинга.



- ✓ product placement
- ✓ direct mail
- ✓ test-drive event
- ✓ МИНИ - сайт

# PR в ежедневном режиме

Анонсы, news-релизы, имиджевые статьи к различным презентациям новых моделей, test-драйвам, конференциям, проводимым в дилерских центрах автомобилей SEAT.

Участие дилеров компании SEAT в масштабных авто-мероприятиях требуют широкого освещения в СМИ.

# Комплекс мероприятий:

## ➤ «Петербургская АВТОвесна 2013»



### Флешмоб от SEAT

Организация зрелищного флешмоба на автомобилях. Будут задействованы представители дилерских центров SEAT.

Демонстрируется способность автомобилей SEAT мобильно и технически чётко перемещаться.

Участники фиерично выстраивают слово SEAT из машин.

# ➤ Проект «Night. Light. Seat.»

**Цель** - повысить узнаваемость бренда.

**Механика проекта:** запуск ночного городского такси SEAT с дополнительной иллюминацией – эффект светящегося авто.





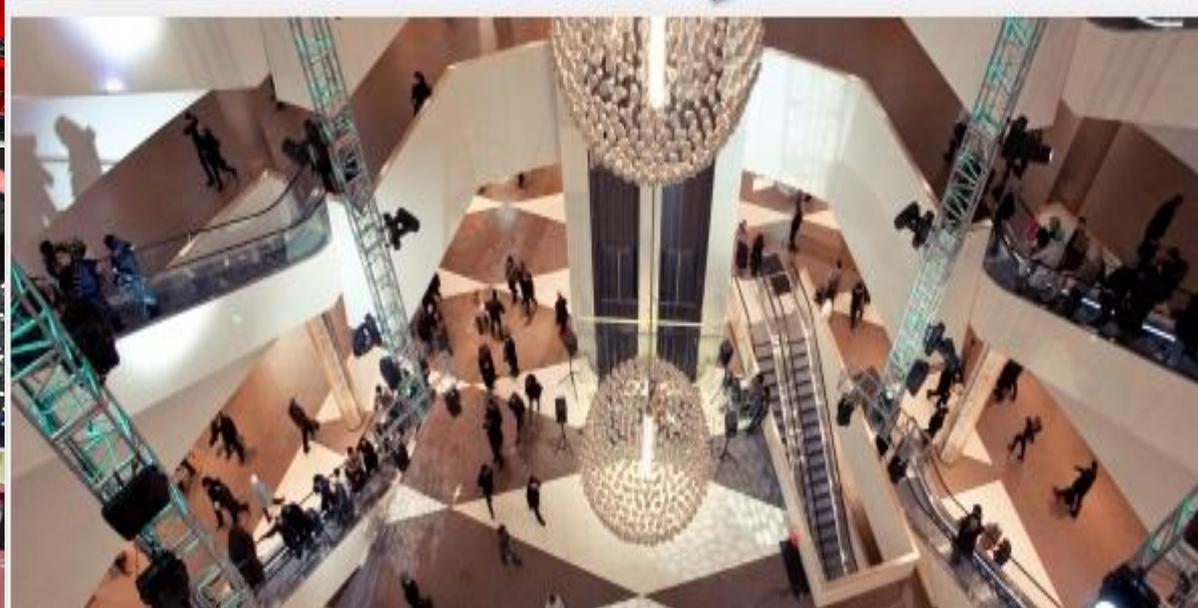
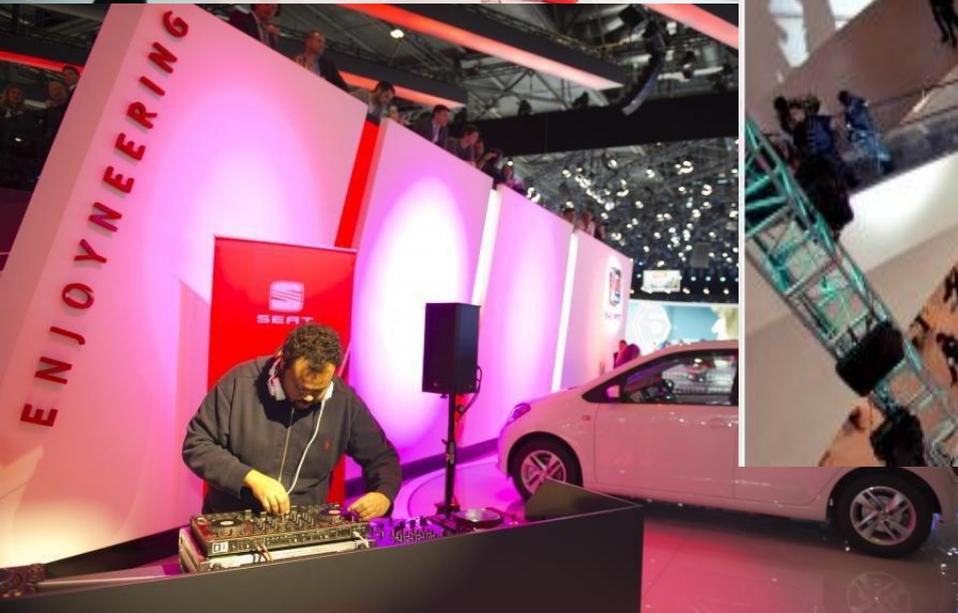
Поймав такси SEAT на улице своего города клиент:

- бесплатно добирается до нужного места;
- знакомится с характеристиками авто ;
- получает доп. информацию о дилерских центрах SEAT и приглашение на тест-драйв.

# Презентации автомобилей в Торговых центрах



Place



# Особенности презентации

- ❖ создание оригинального информационного повода за счёт яркого сюжета презентации, обыгрывающей особенности автомобилей **SEAT** - смелый и живой дизайн, спортивный характер;
- ❖ оформление помещения стилизованного под презентуемый автомобиль **SEAT**;
- ❖ включение специальных акций для посетителей .



Место проведения: ТК  
«Галерея» СПб.

Тема презентация:  
Испанский  
темперамент SEAT на  
улицах российских  
городов.

Стилизация: колорит  
испанского карнавала.



танцевальный конкурс  
«Фламенко»



# Специальные мероприятия

## Культурный забег по России вместе с Seat

### Слоган:

Сквозь расстояния и сотни тысячи километров...Покоряй просторы  
России вместе с SEAT!

### Механика проекта:

Автомобиль SEAT, на котором изображены достопримечательности Петербурга, отправляется в тур по дилерским центрам SEAT в России. В каждом из центров авто преобразуется в соответствующий образ города. Сопровождать автомобиль будет съёмочная группа и журналисты. В каждом городе будут организован конференции с участие специалистов, рассказывающих о новинках компании SEAT.



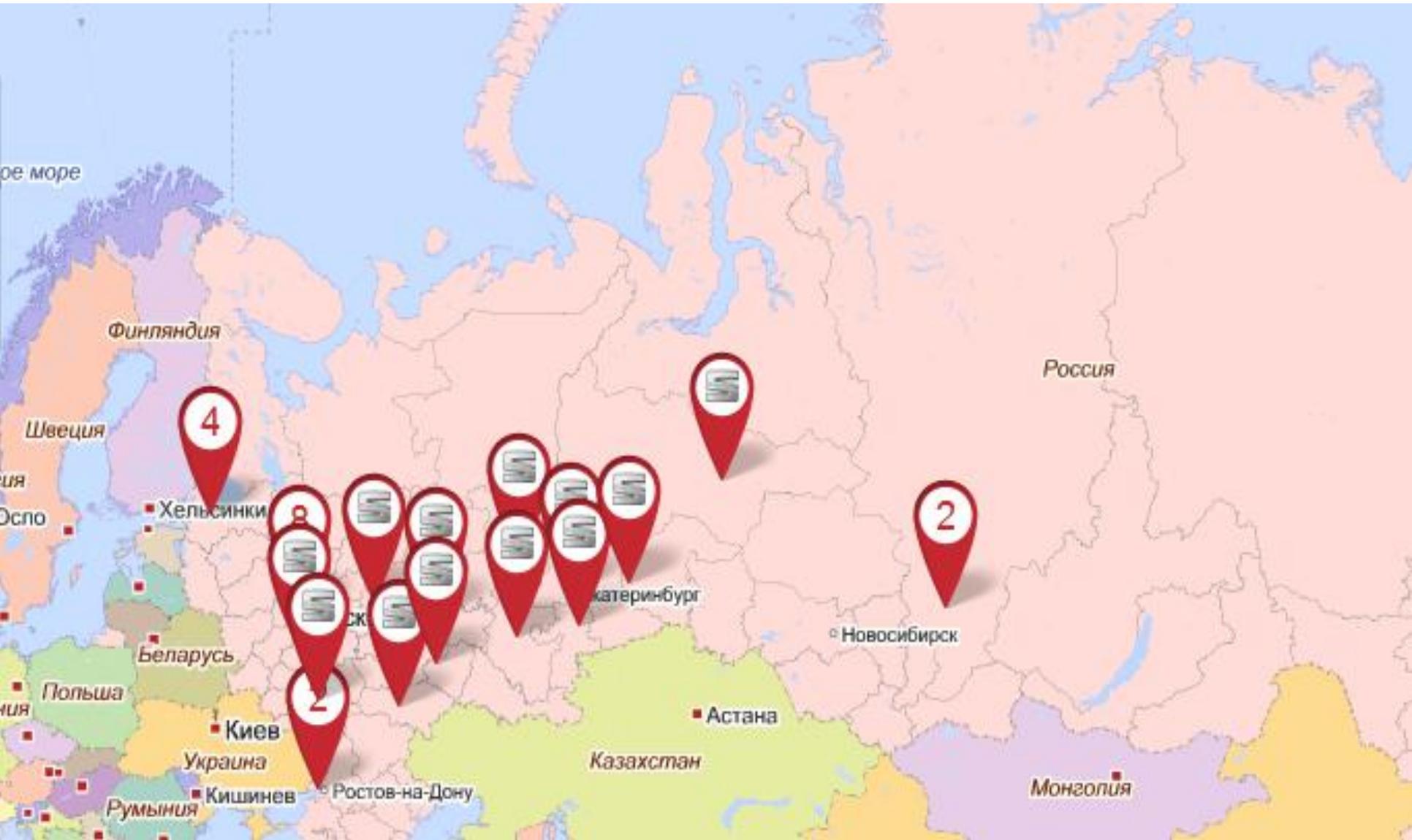
**Участники:** владельцы автомобилей SEAT, а также все желающие (расчёт на потенциальную ЦА).

**Условия участия:** в команде из трёх человек разработать дизайн автомобиля в стилистике проекта и представить жюри.

**Итоги:** самая креативная команда получает возможность отправиться на завод SEAT в Мартореле (пригород г. Барселона, Испания) + скидка на приобретение нового SEAT прямо с конвейера.



# Маршрут забега



# Фото подборка к мероприятию





# SPORT

Автоспорт является важной частью деятельности бренда SEAT в течение многих десятилетий. Упрочению имиджа машины со спортивными характеристиками, позволяющими получать удовольствие от «острой» езды, способствует активное участие марки SEAT в престижных гонках: в прошлом году ей удалось завоевать Кубок производителей WTCC, довольно успешно выступает команда SEAT и в этом сезоне.



Организация спортивных мероприятий на базе дилерских центров в регионах, как эффективный метод PR-продвижения.





# Sponsoring



По случаю спонсорства появляется возможность организовать оригинальную выставку машин SEAT, перевоплощённых в животных.

Компания SEAT может выступить спонсором одного или нескольких животных.  
\*Например, из Ленинградского зоопарка.





# С SEAT на «Корриду»

**Представление «Коррида»**

**Организатор** - компания SEAT.

**Идея:** Зрелищное шоу с быком.

**Место проведения:** цирковая арена.

**Концепция шоу:** Бык также быстр, вынослив и матёр, как и автомобиль SEAT.



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**