

ВЫГОДНЕЙ ВДВОЕ



СПРАВКА

«Ювелирная сеть 585» была основана в 2001 году и сначала объединяла четыре магазина в центре Санкт-Петербурга.

В период 2002–2003 гг. компания открыла 14 новых объектов, расположенных в разных районах города, а к концу 2005 года сеть насчитывала уже 36 магазинов. В середине 2006 года компания открыла новое направление – региональное развитие, и образовала 6 территориальных дирекций: ТД «Поволжье», ТД «Сибирь», ТД «Юг», ТД «Урал», ТД «Северо-Запад», ТД «Центр».

«ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ 585» ПРИДЕРЖИВАЕТСЯ АГРЕССИВНОЙ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ, ЗАПУСКАЯ КАЖДЫЕ ПОЛТОРА МЕСЯЦА НОВУЮ РЕКЛАМНУЮ КАМПАНИЮ, КОТОРАЯ СТАРУЕТ ОДНОВРЕМЕННО НА ВСЕЙ ТЕРРИТОРИИ РОССИИ И СОСТОИТ ИЗ НЕСКОЛЬКИХ СОСТАВЛЯЮЩИХ: РЕКЛАМЫ НА ТЕЛЕКАНАЛАХ, НАРУЖНОГО И ВНУТРЕННЕГО ОФОРМЛЕНИЯ МАГАЗИНОВ, ЧЁТКОЙ И СОГЛАСОВАННОЙ РАБОТЫ ПРОМОУТЕРОВ И ПРОДАВЦОВ.

Ювелирная сеть 585» активно использует возможности телевизионной рекламы, регулярно запуская ролики в поддержку новых рекламных акций. Рекламная кампания всегда стартует одновременно во всех 127 городах России, для трансляции нового ролика выбраны только центральные каналы. Чтобы охватить максимально возможное количество зрителей, ролик транслируется в prime time.

Взяв за основу главный принцип выбора места расположения объектов (магазины сети открываются в местах пересечения наиболее насыщенных пассажирских потоков), компания делает акцент на максимально привлекательный внешний вид магазинов: вывеска, консоль и витрины должны быть яркими и заметными, издали привлекая потенциальных покупателей. «До начала новой акции одновременно обновляются все мобильные рекламоносители, изготовлен-

*Подробности акции спрашивайте у продавцов в магазинах. Товар сертифицирован. Лицензии № 0140003073, 0140003072, 0140002221, 0140003135.

{ 2=1 }
ПО ЦЕНЕ

ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ "585" ПРОДОЛЖАЕТ РАДОВАТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ!

КАЖДЫЙ, СОВЕРШИВШИЙ ПОКУПКУ С 15 ФЕВРАЛЯ ПО 30 АПРЕЛЯ, ПОЛУЧАЕТ ДВА ИЗДЕЛИЯ ПО ЦЕНЕ ОДНОГО!*

585
ювелирная сеть

6-001-002 www.zoloto585.ru

ные в едином графическом ключе – и установленные снаружи, и находящиеся внутри магазина, – рассказывает **Александр Тарасов, руководитель группы продвижения «Ювелирной сети 585».**

– Внутренние рекламоносители играют не менее важную роль, чем внешние: они должны хорошо читаться с улицы. Большое значение в рекламной кампании придаётся и промоутерам, распространяющим листовки в зоне видимости магазина. Как и прочие рекламоносители, листовки содержат информацию о новой рекламной акции и графически соответствуют кампании в целом».

Получив листовку от промоутера, большинство потенциальных покупателей посещают магазин, где с каждым из вошедших продавцы работают индивидуально. Таким образом, снаружи покупателей информируют промоутеры, а внутри – продавцы. «Для каждой рекламной кампании разрабатыва-



ется специальное стандартное речевое обращение к покупателю (содержащее максимальную информацию о проводимой акции), являющееся связующим звеном в общении между продавцом и покупателем, в котором заключена вся информация о новой акции, её условиях, сроках проведения и спецпредложении, – продолжает Александр Тарасов – Продавец обращается к покупателю, используя стандартное речевое обращение и тем



ДЖЕТТА

**Производство и поставки
демонстрационного
и выставочного оборудования
для ювелирных магазинов**



**Выполняем заказы
любой сложности
по индивидуальным
параметрам заказчика
в самые короткие сроки**

601901 Владимирская обл., г. Ковров
ул. Грибоедова, 74А
Тел. (901) 992-29-32, (910) 775-21-37
Факс (49232)388-03
E-mail : jetta99@mail.ru


 ТЕХНОЛОГИИ


самым разъясняя условия новой кампании». Компания не пренебрегает возможностью использовать успешные рекламные ходы повторно. Один из таких ходов – популярная акция «Два по цене одного». В преддверии праздников компания «585» выходит с этим предложением на большее количество объектов: если раньше данная акция проводилась в 90 магазинах сети, то теперь в ней участвует 431 магазин в 127 городах России.

«В данном случае сохранена только идея, графическое оформление изменено. В поддержку данной акции снят новый рекламный ролик, который будет транслироваться на телеканалах весь период действия кампании, – говорит Александр Тарасов. – Хронометраж нового продукта – 15 секунд. Целевая аудитория, на которую рассчитан рекламный ролик, – молодые люди со средним уровнем достатка. В преддверии праздника 8 Марта сюжет как никогда актуален: моло-

дой человек, ожидающий в ресторане свою девушку и планирующий сделать ей предложение, неожиданно роняет кольцо с высоты второго этажа. Пока он спускается по лестнице, кольцо поднимает другой молодой человек и дарит его своей спутнице. Однако такой поворот событий не мешает главному герою осуществить задуманное: он достаёт второе кольцо, полученное в подарок по акции «Два по цене одного!» «Два по цене одного» – пожалуй, самое удачное рекламное предложение на сегодняшний день, достойно оценённое покупателями по всей России, при этом воспринятое одинаково хорошо как в мегаполисах, таких, как Санкт-Петербург, Казань, Новосибирск, Ростов, так и в небольших городах, таких, как Нижневартовск или Лангепас, – говорит Александр Тарасов. – Экономическая простота обращения к потребителю привлекательна и поэтому вызывает интерес. Несомненно, требуется более широкое раскрытие темы. Потребитель обращается за дополнительной информацией в магазины, где наши продавцы подробно рассказывают о проходящей акции, произнося заранее сформулированное стандартное речевое обращение. Таким образом, в работу по новой рекламной кампании включено несколько звеньев: непосредственно группа продвижения, учебный центр, обучающий продавцов правильному взаимодействию с покупателем в период новой кампании, и сами продавцы, которые становятся участниками промоакции. А если принять во внимание тот факт, что за время существования компании «585» распространено около 1,1 млн дисконтных карт, то можно сказать с уверенностью, что в канун 8 Марта посещаемость магазинов увеличилась в два раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года». ■



КРИСТАЛЛ

ПРОИЗВОДСТВО
БРИЛЛИАНТОВ
С 1963 ГОДА

Что такое «Русская Огранка»? Совершенство в каждой детали

Власова Елена. Сортировщик бриллиантов. Елена работает на ОАО «ПО «Кристалл» с 1996 года. Вот уже 11 лет она гарантирует безупречное качество бриллиантов «Русской Огранки». За все это время через ее руки прошло более 326 000 драгоценных камней. Последние пять лет Елена работает с крупными бриллиантами

ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ «КРИСТАЛЛ»

РФ, 214031, г. Смоленск,
ул. Шкагова, 2
Тел.: (4812) 450-550
Факс: (4812) 610-087
E-mail: info@kristallsmolensk.com

Отдел продаж г. Смоленск
Тел.: (4812) 61-1331
Факс: (4812) 61-0118
E-mail: sales@smolensk.com
ftd@kristallsmolensk.com

Отдел продаж г. Москва
РФ, 123557, Б. Тишинский пер., 22, стр. 1
Тел.: (495) 253-35-36
Факс: (495) 253-98-22
E-mail: moscowsales@kristallsmolensk.ru

www.kristallsmolensk.ru



SIGHTHOLDER
DIAMOND TRADING COMPANY*

* Used under licence from the DTC (Diamond Trading Company)