



# ИНФОРМАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ГДЕ ИСКАТЬ СВОИХ КЛИЕНТОВ?

ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ  
ОСМАЕВА МАРГАРИТА

Технология Ии Имшенецкой

# ПРОЦЕСС ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЪЕКТА НА РЫНОК

## товар, услуга, сервис, технология, информация, сырье- ТУСТИС



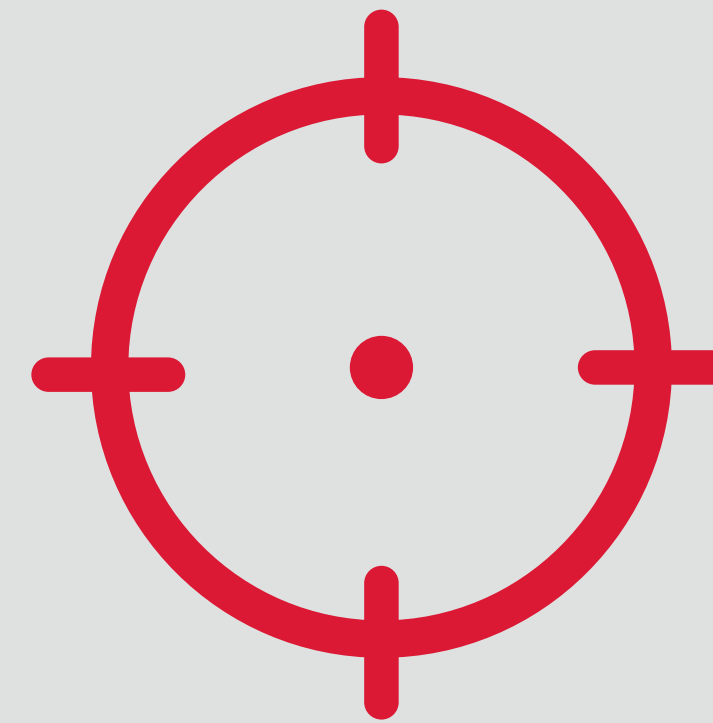
Определяем для себя исходные позиции продвижения:

1. сферу продвижения (в2В/В2С)
2. географические рамки интересующего нас пространства
3. ценовую категорию объекта

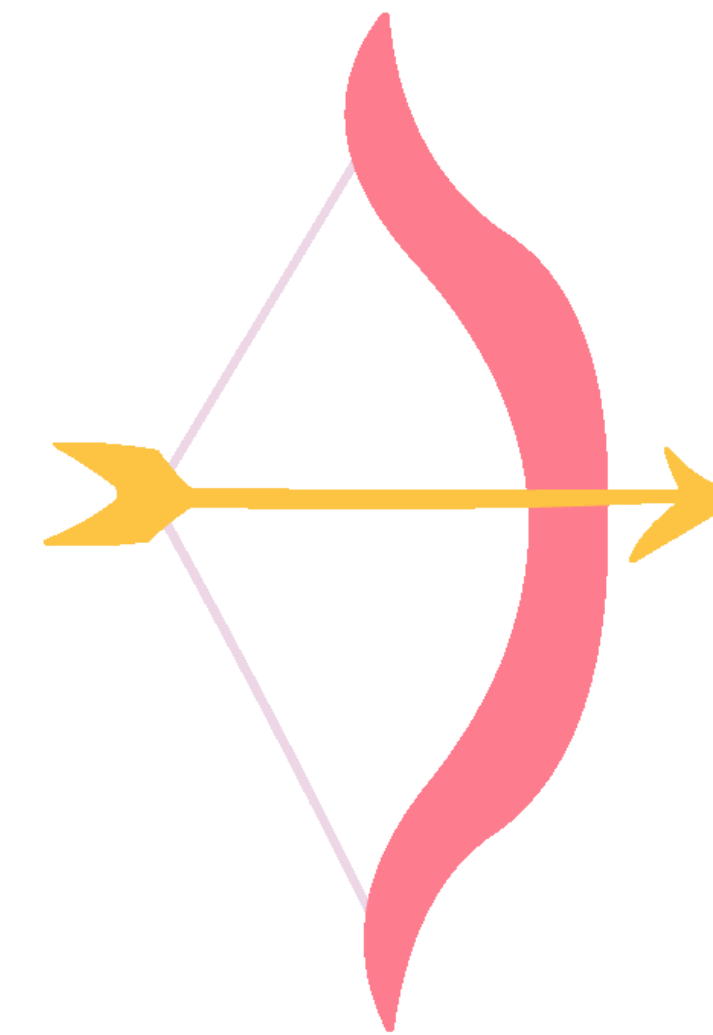


Находим цель: определим количественные и качественные характеристики интересующей нас аудитории

1. размер группы
2. субкультура
3. социальное положение, семейное положение
4. статус
5. возраст, пол, профессия, экономическое положение



Целимся: определяем информационные каналы продвижения, выводящие нас наиболее точно на определенную аудиторию



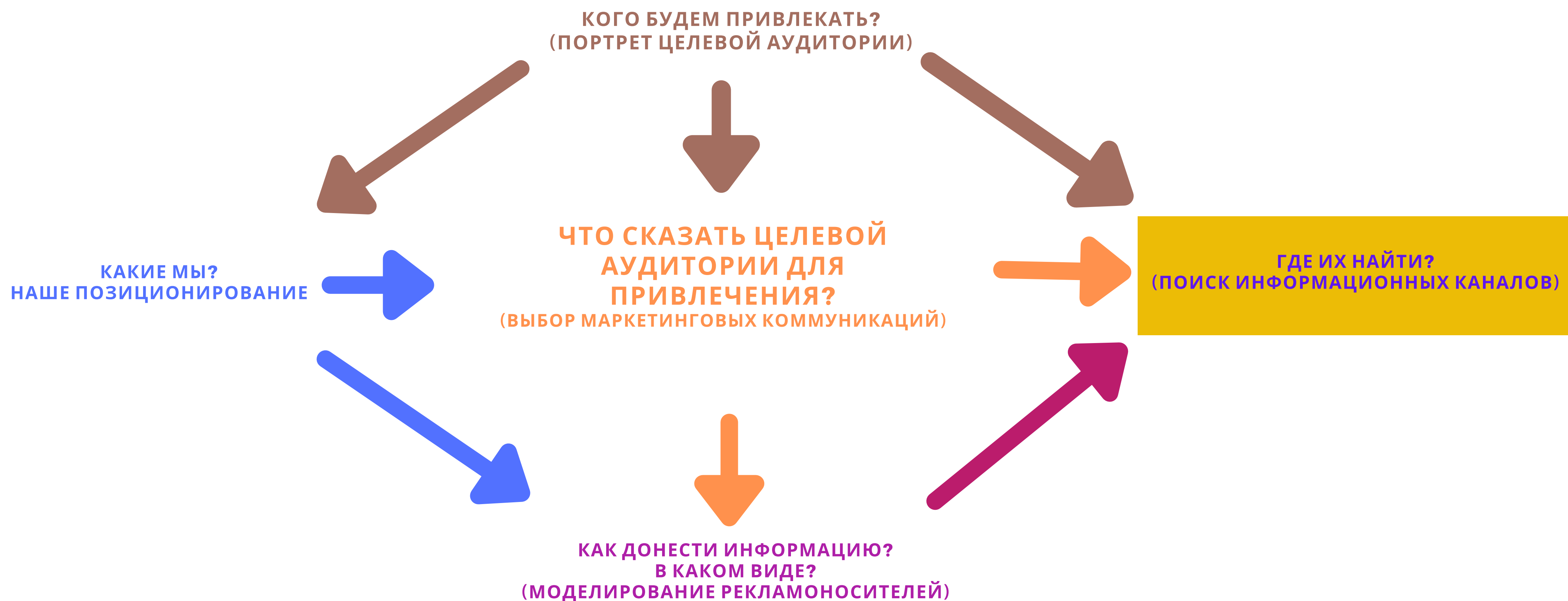
Стреляем: запускаем информацию по каналам



Получаем результат



## МЕСТО КАНАЛОВ В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ



# ДИСТРИБУЦИОННЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ

НЕ ПУТАТЬ!

## КАНАЛЫ

ДИСТРИБУЦИОННЫЕ  
ДВИЖЕНИЕ ТОВАРА



ЯРМАРКА - МЕСТО, ГДЕ МОЖНО КУПИТЬ ТОВАР

МЫ ИЩЕМ, ГДЕ ПОЛУЧАЮТ ИНФОРМАЦИЮ

ИНФОРМАЦИОННЫЕ  
ДВИЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ



ВЫСТАВКА - МЕСТО, ГДЕ Я ПОЛУЧУ ИНФОРМАЦИЮ

## ПЛАТНЫЕ И БЕСПЛАТНЫЕ КАНАЛЫ

ЧТО ВАЖНО ПРИ ВЫБОРЕ КАНАЛА?

ДОРОГО  
ХОРОШО  
ПЛАТНО



ДЕШЕВО  
ПЛОХО  
БЕСПЛАТНО

РЕНТАБЕЛЬНО



НЕ РЕНТАБЕЛЬНО

ИТОГО: РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КАНАЛА - ВОТ, ЧТО ВАЖНО  
РЕНТАБЕЛЬНО - ВАЖНО СКОЛЬКО Я ПОЛУЧУ С КАНАЛА



## КАКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ РЕНТАБЕЛЬНЫЕ?

П Л А Т Н Ы Е

### МАССОВЫЕ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ,  
ПОТРЕБЛЯЕТ МАССА: НЕ  
ПОКУПАЮТ, А МОГЛИ БЫ  
ПОКУПАТЬ

### ЛОКАЛЬНЫЕ

ПОТРЕБЛЯЕТ БОЛЬШАЯ И МАЛАЯ ГРУППЫ

### ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ

ПОТРЕБЛЯЮТ ЕДИНИЦЫ



### ЛИЧНЫЕ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ, ПОТРЕБЛЯЕТ МАССА:  
НЕ ПОКУПАЮТ, А МОГЛИ БЫ ПОКУПАТЬ

Б Е С П Л А Т Н Ы Е

ОБСЛУЖИВАЮТ КАЖДУЮ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАШЕЙ ЦА НА 95%  
ЗАКРЫВАЮТ НЕ МЕНЕЕ 80% ХАРАКТЕРИСТИК ЦА

# КАРТА ИНФОРМАЦИОННЫХ КАНАЛОВ

## ПЛАТНЫЕ КАНАЛЫ И БЕСПЛАТНЫЕ, ЕСЛИ ПОВЕЗЕТ)

## БЕСПЛАТНЫЙ КАНАЛ

### МАССОВЫЕ КАНАЛЫ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ МАССОВОГО СПРОСА

Продукт интересен каждому 2-му человеку в интересующей нас локации

- Наружная реклама
- СМИ общеинтересные/ общеотраслевые
- Радио
- ТВ
- Упаковка дешевых товаров или сами эти товары,
- Интернет
- Прямая массовая рассылка – по принципу «в каждый почтовый ящик»
- Реклама в транспорте (включая рекламу на билетах)
- Реклама в супермаркетах (магазины массовой проходимости).

### ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

БОЛЬШАЯ И МАЛАЯ ГРУППЫ (АУДИТОРИЯ СУЖЕНА ВЫСОКОЙ ЦЕНОЙ ИЛИ СПЕЦИАЛЬНЫМ НАЗНАЧЕНИЕМ ТОВАРА)

коляски нужны только семьям с маленькими детьми - большая группа, а дорогие коляски могут купить уже только состоятельные семьи с маленькими детьми - малая группа

#### ФИЗИЧЕСКИЕ



#### ХОДИМ НОГАМИ

- Тематические выставки
- Открытые лекции
- Тематические семинары
- Конференции
- Круглые столы
- .....

#### ИНФОРМАЦИОННЫЕ



#### СМОТРИМ ГЛАЗАМИ

- Тематические СМИ и их сайты
- Публикации блогеров и влогеров
- Тематическая литература
- поисковые слова в поисковиках
- ....

### ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

ТОВАРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ И НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ГРУППЫ ПРЕМИУМ

По каналу запускаем только адресную информацию, когда знаем точное имя адресата и как его лично найти. Все коммерческие предложения, телефонные звонки и личные визиты относятся к этой категории каналов

- Директ мейл-именное, адресное, проблемное коммерческое предложение для привлечения новых клиентов
- Рассылка по существующей базе данных - для напоминания о себе постоянным клиентам

### ЛИЧНЫЕ КАНАЛЫ

ДЛЯ ЛЮБОЙ КАТЕГОРИИ

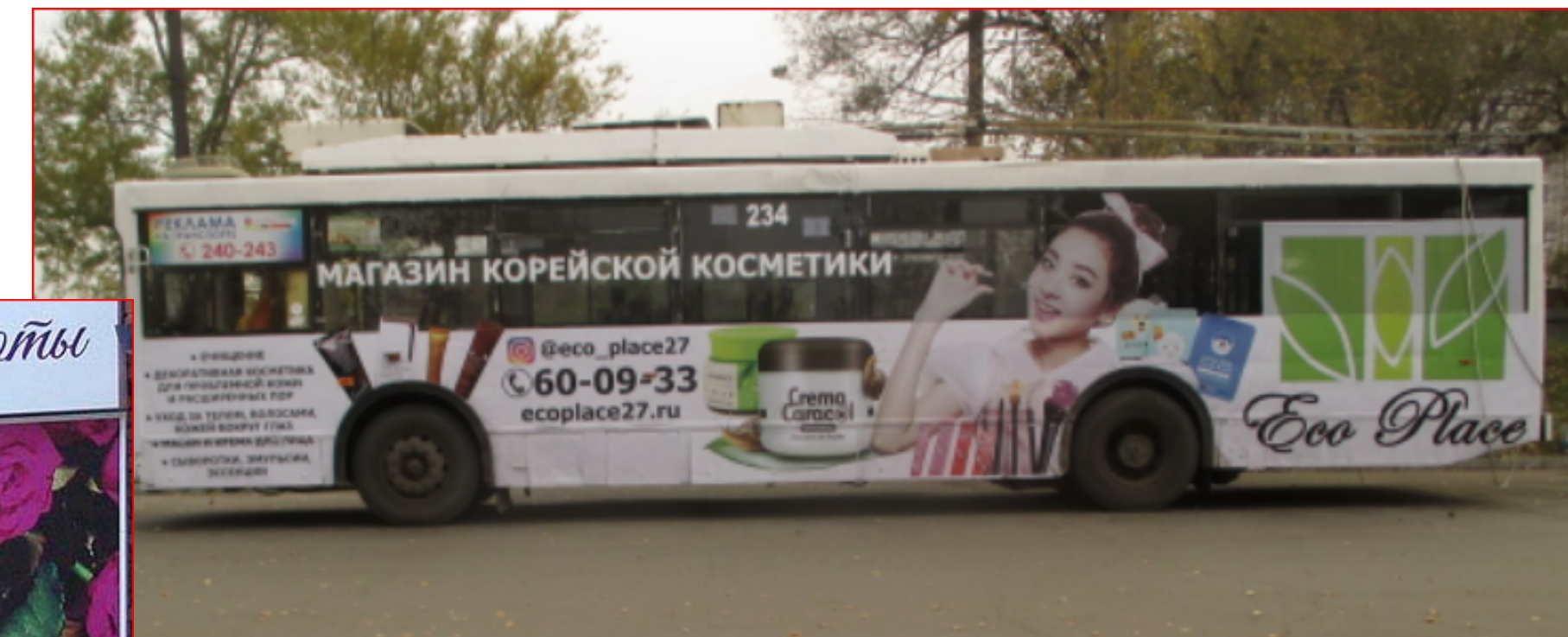
УДИВИТЬ КЛИЕНТА НА ЛЮБОМ УРОВНЕ И ДАТЬ ЕМУ ГОРАЗДО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ОН ОЖИДАЕТ

- Молчаливый сарафан (из рук в руки)
- Говорливый сарафан (из уст в уста)



## МАССОВЫЕ КАНАЛЫ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ МАССОВОГО СПРОСА



Локальный канал - указатель на тех, кто работает рядом

← НЕ НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

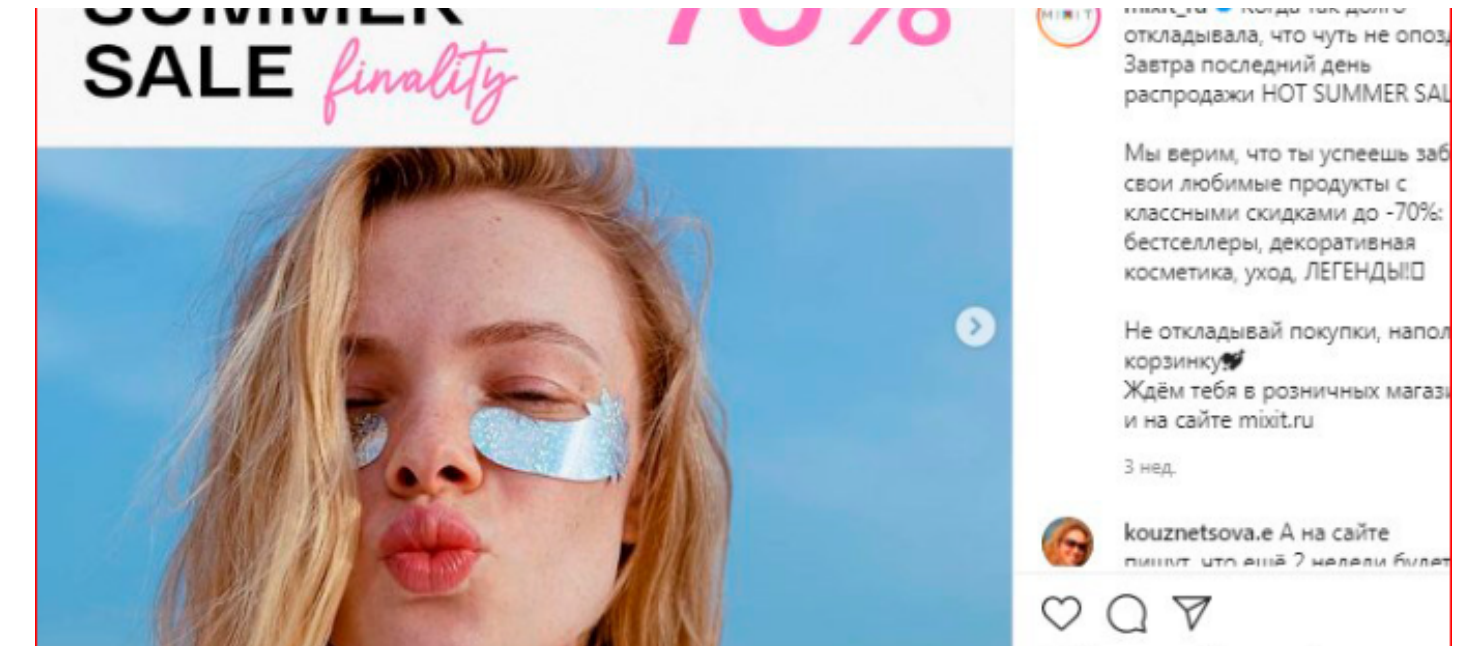
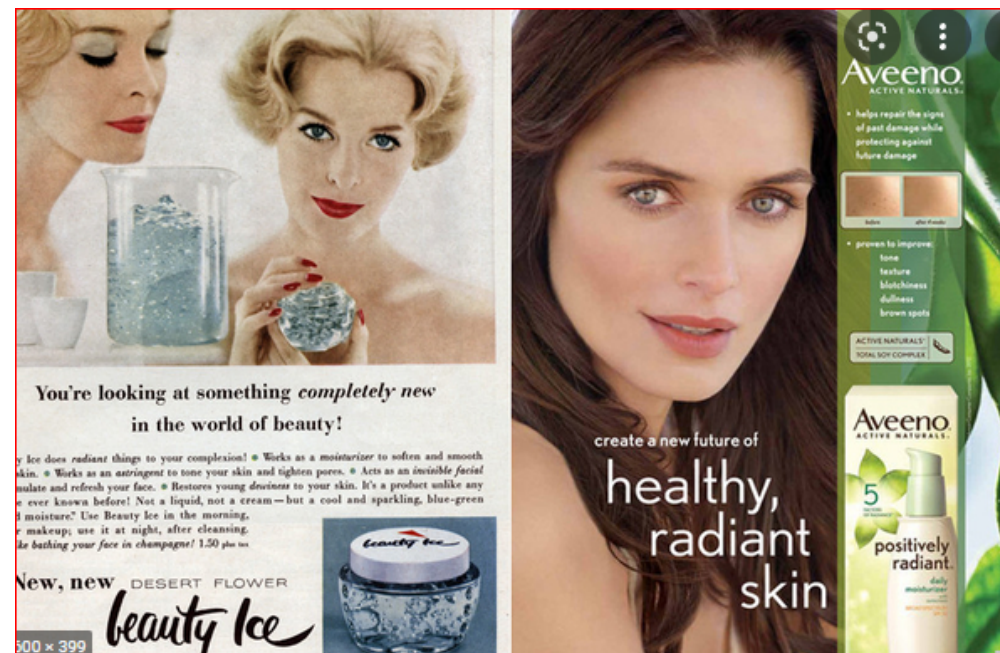
Наружная реклама: щиты и отдельно стоящие рекламные конструкции, растяжки, реклама на транспорте, листовки, плакаты и афиши, брендмауэры...

## НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА: БОЛЬШОЙ ФОРМАТ, ЛЮДНОЕ МЕСТО, ЯРКИЕ КРАСКИ



# МАССОВЫЕ КАНАЛЫ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ МАССОВОГО СПРОСА



СМИ общеинтересные – читаемые, смотримые и слушаемые очень многими вне зависимости от профессии, хобби или других групповых признаков. Это, например, «АиФ», «Московский комсомолец», общеинтересные ресурсы радио, телевидения – новости, погода, фильмы... В сфере B2B – общепромышленные СМИ.

Реклама в супермаркетах. Это магазины массовой проходимости.

Магазин косметики и товаров для дома

## из Японии

- товары для дома
- товары для детей
- для ванны и душа
- уход:
- за кожей
- за волосами
- за полостью рта

Японское качество по разумной цене!

ИП Гаврилов В.В.  
ИНН 272505631530

АВТОБУС БИЛЕТ  
Цена 18 руб.  
сер. АВ-529

Реклама на билетах  
**62-05-62**  
(матовые, глянцевые)  
РА Арт-Сервис, 8-962-502-05-62  
сайт: artkhv.ru

ТЦ "Березовка"  
бутик № 79

Реклама в транспорте (включая рекламу на билетах)

Интернет – его общеинтересные ресурсы – погода, новости, социальные сети, поисковики...



# МАССОВЫЕ КАНАЛЫ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ МАССОВОГО СПРОСА

НЕ ПУТАТЬ ПРЯМУЮ РАССЫЛКУ И МАССОВУЮ !

МАССОВАЯ РАССЫЛКА- СПАМ: ПРИХОДИТ КО ВСЕМ, МЫ ЕЕ НЕ ЖДАЛИ, НЕ ХОТЕЛИ, НЕ ЗАКАЗЫВАЛИ, А ОНА ПРИШЛА В ПОЧТОВЫЙ ЯЩИК ИЛИ ТЕЛЕФОН)



Прямая массовая рассылка – по принципу «в каждый почтовый ящик» (а также в каждый мобильный телефон).

# МАССОВЫЕ КАНАЛЫ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ МАССОВОГО СПРОСА

СПАМ, КОТОРЫЙ НЕЛЬЗЯ ЗАБЫТЬ !



СПАМ ЗАПУСКАЕТ САРАФАН

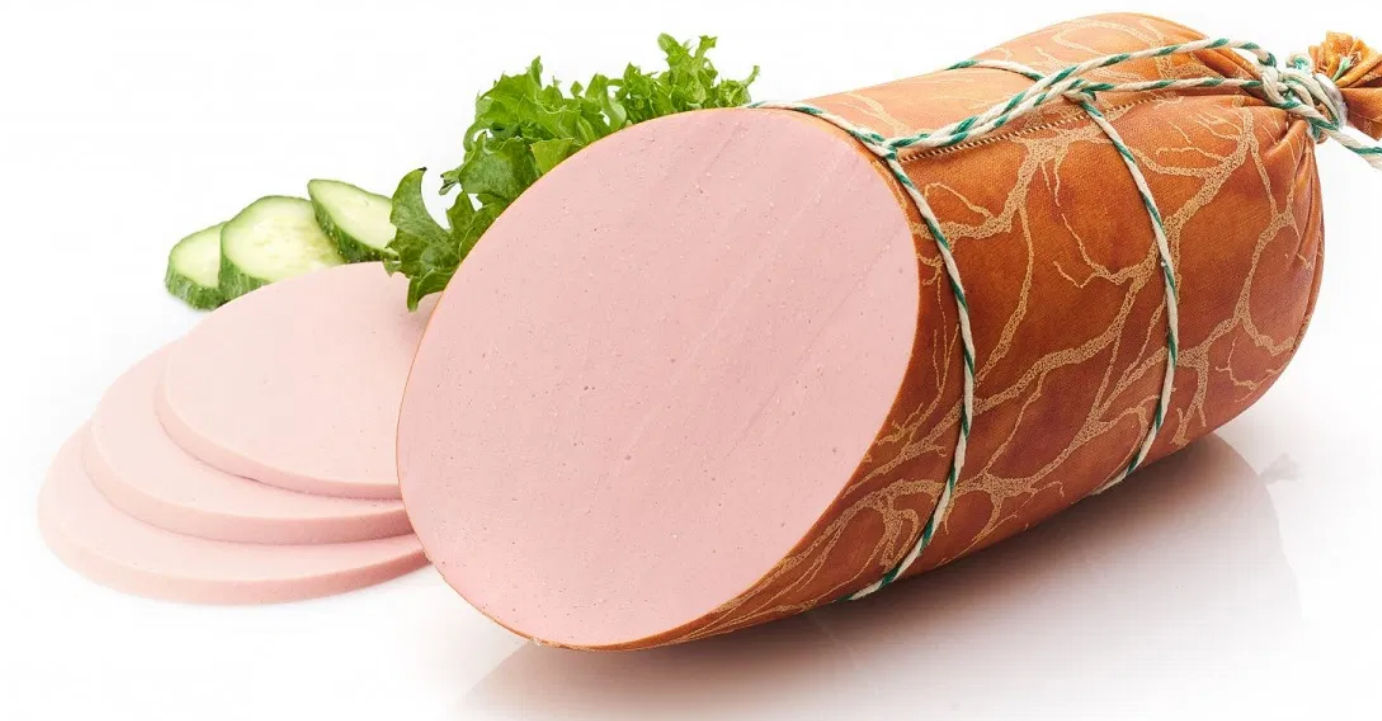
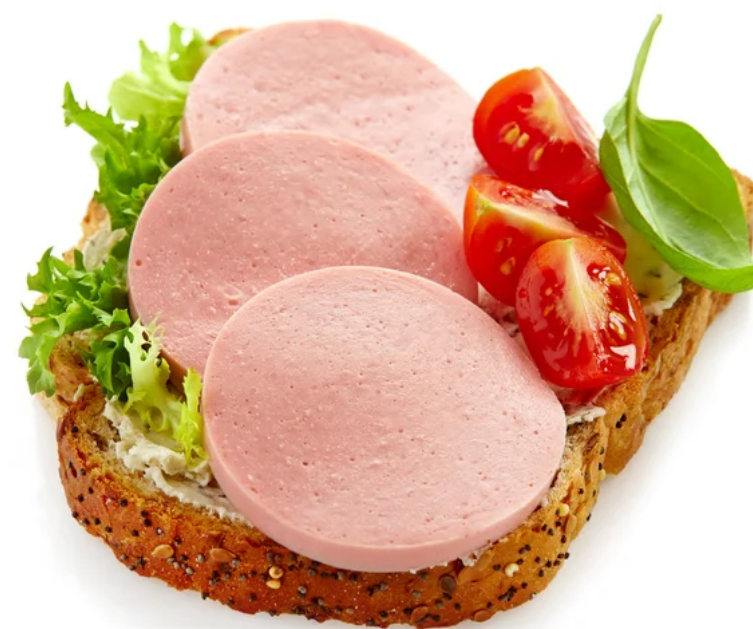


- Упаковка дешевых товаров или сами эти товары, которые в силу своей низкой цены массой «идут в народ».

# МАССОВЫЕ КАНАЛЫ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ МАССОВОГО СПРОСА

Упаковка дешевых товаров или сами эти товары, которые в силу своей низкой цены массой «идут в народ».



У МЕНЯ ЕСТЬ ХЛЕБ

БЕСПЛАТНЫЙ КАНАЛ - НАМ ПОВЕЗЛО

У ВАС ЕСТЬ КОЛБАСА

РАЗМЕЩАЕМ ИНФОРМАЦИЮ О КОЛБАСЕ НА МОЕМ ХЛЕБЕ И ИНФОРМАЦИЮ О ХЛЕБЕ НА КОЛБАСЕ

**НЕТ ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕДЛОЖИТЬ ПАРТНЕРСТВО - ПРИНОШУ ДЕНЬГИ**



# ЛИЧНЫЙ КАНАЛ-САРАФАННОЕ РАДИО

## МАССОВЫЕ КАНАЛЫ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ МАССОВОГО СПРОСА

Продукт интересен каждому 2-му человеку в интересующей нас локации

- Наружная реклама
- СМИ общеинтересные/ общеотраслевые
- Радио
- ТВ
- Упаковка дешевых товаров или сами эти товары,
- Интернет
- Прямая массовая рассылка - по принципу «в каждый почтовый ящик»
- Реклама в транспорте (включая рекламу на билетах)
- Реклама в супермаркетах (магазины массовой проходимости).

## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

БОЛЬШАЯ И МАЛАЯ ГРУППЫ (АУДИТОРИЯ СУЖЕНА ВЫСОКОЙ ЦЕНОЙ ИЛИ СПЕЦИАЛЬНЫМ НАЗНАЧЕНИЕМ ТОВАРА

коляски нужны только семьям с малыми детьми - большая группа, а дорогие коляски могут купить уже только состоятельные семьи с малыми детьми - малая группа

### ФИЗИЧЕСКИЕ



### ХОДИМ НОГАМИ

- Тематические выставки
- Открытые лекции
- Тематические семинары
- Конференции
- Круглые столы
- .....

### ИНФОРМАЦИОННЫЕ



### СМОТРИМ ГЛАЗАМИ

- Тематические СМИ и их сайты
- Публикации блогеров и влогеров
- Тематическая литература
- поисковые слова в поисковиках
- ....

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

ТОВАРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ И НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ГРУППЫ ПРЕМИУМ

По каналу запускаем только адресную информацию, когда знаем точное имя адресата и как его лично найти. Все коммерческие предложения, телефонные звонки и личные визиты относятся к этой категории каналов

- Директ мейл-именное, адресное, проблемное коммерческое предложение для привлечения новых клиентов
- Рассылка по существующей базе данных - для напоминания о себе постоянным клиентам

## БЕСПЛАТНЫЙ КАНАЛ

### ЛИЧНЫЙ КАНАЛ

УДИВИТЬ КЛИЕНТА НА ЛЮБОМ УРОВНЕ И ДАТЬ ЕМУ ГОРАЗДО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ОН ОЖИДАЕТ

- Молчаливый сарафан (из рук в руки)
- Говорливый сарафан (из уст в уста)



## БЕСПЛАТНЫЙ КАНАЛ-САРАФАННОЕ РАДИО



**МОЩНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ КАНАЛ - ЛЮДИ ПОКУПАЮТ ПРОДУКТЫ НА ОСНОВАНИИ ЧЬЕГО-ТО МНЕНИЯ ИЛИ ПОД ВЛИЯНИЕМ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ.**

**ЛЮДИ ДОВЕРЯЮТ ТЕМ, КОГО ЗНАЮТ: СЕМЬЯ, КОЛЛЕГИ, КОНТАКТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, ЗНАМЕНИТОСТИ, ЭКСПЕРТЫ РЫНКА.**

# САРАФАННОЕ РАДИО-СПЛАНИРОВАННЫЙ ЗАПУСК

## ЧТО ЗАПУСКАЕТ САРАФАН?



КЛИЕНТА ВАЖНО УДИВИТЬ



## НА КОГО РАБОТАТЬ?



ГРУППА



ЛИДЕР  
МНЕНИЯ



## КАКОЙ МЕХАНИЗМ ЗАПУСКА?



ПРЕДЛОЖИТЬ ВЫГОДУ  
ТОМУ, КОМУ  
РЕКОМЕНДУЮТ К НАМ  
ПРИЙТИ

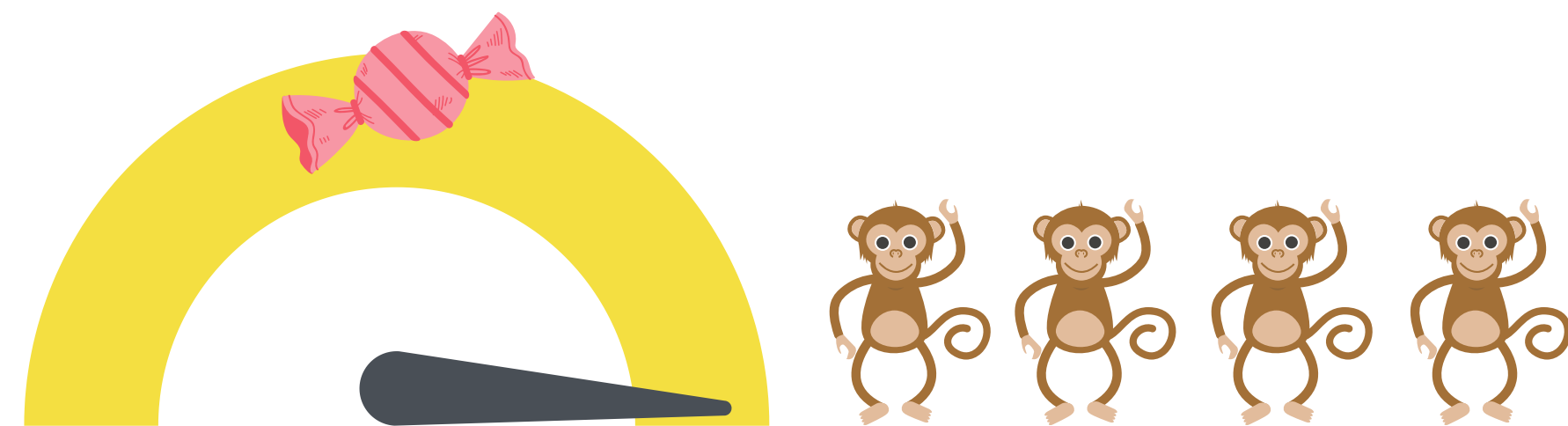


СНАБДИТЬ  
РЕКЛАМОНОСИТЕЛЕМ  
ТОГО, КТО БУДЕТ О НАС  
РАССКАЗЫВАТЬ



## САРАФАННОЕ РАДИО (ПРИМЕР)

### ЭФФЕКТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ГРУППУ И ЧЕРЕЗ ЛИДЕРА МНЕНИЙ



51% через 1,5 лет и ни одного  
вожака

Работа на группу



100% через 4 часа, ранее  
пшеницу не ели

Работа на лидера мнений

Лидеры мнений те, кому доверяет группа в вопросах, связанных с товаром: в вопросах мебели, отделочных материалов, ковровых покрытий и вообще интерьера - дизайнер интерьера, в вопросах косметики - визажист, в вопросах пищевых добавок - врач и т.д.



## СПАМ, ЗАПУСКАЕТ САРАФАН

СПАМ, КОТОРЫЙ НЕЛЬЗЯ ЗАБЫТЬ !



СПАМ ЗАПУСКАЕТ САРАФАН

## БЕСПЛАТНЫЙ КАНАЛ-ПРАВИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ДОЛЖЕН ЗАПУСКАТЬ САРАФАН

МАРКЕТИНГ ДОЛЖЕН ЗАПУСКАТЬ  
САРАФАН



# ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

## МАССОВЫЕ КАНАЛЫ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ МАССОВОГО СПРОСА

Продукт интересен каждому 2-му человеку в интересующей нас локации

- Наружная реклама
- СМИ общеинтересные/ общеотраслевые
- Радио
- ТВ
- Упаковка дешевых товаров или сами эти товары,
- Интернет
- Прямая массовая рассылка – по принципу «в каждый почтовый ящик»
- Реклама в транспорте (включая рекламу на билетах)
- Реклама в супермаркетах (магазины массовой проходимости).

## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

БОЛЬШАЯ И МАЛАЯ ГРУППЫ (АУДИТОРИЯ СУЖЕНА ВЫСОКОЙ ЦЕНОЙ ИЛИ СПЕЦИАЛЬНЫМ НАЗНАЧЕНИЕМ ТОВАРА)

коляски нужны только семьям с малыми детьми - большая группа, а дорогие коляски могут купить уже только состоятельные семьи с малыми детьми - малая группа

### ФИЗИЧЕСКИЕ



### ХОДИМ НОГАМИ

- Тематические выставки
- Открытые лекции
- Тематические семинары
- Конференции
- Круглые столы
- .....

### ИНФОРМАЦИОННЫЕ



### СМОТРИМ ГЛАЗАМИ

- Тематические СМИ и их сайты
- Публикации блогеров и влогеров
- Тематическая литература
- поисковые слова в поисковиках
- ....

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

ТОВАРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ И НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ГРУППЫ ПРЕМИУМ

По каналу запускаем только адресную информацию, когда знаем точное имя адресата и как его лично найти. Все коммерческие предложения, телефонные звонки и личные визиты относятся к этой категории каналов

- Директ мейл-именное, адресное, проблемное коммерческое предложение для привлечения новых клиентов
- Рассылка по существующей базе данных - для напоминания о себе постоянным клиентам

## БЕСПЛАТНЫЙ КАНАЛ

## САРАФАННОЕ РАДИО

УДИВИТЬ КЛИЕНТА НА ЛЮБОМ УРОВНЕ И ДАТЬ ЕМУ ГОРАЗДО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ОН ОЖИДАЕТ

- Молчаливый сарафан (из рук в руки)
- Говорливый сарафан (из уст в уста)



## ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

Индивидуальные каналы обслуживают товары промышленного назначения или народного потребления группы премиум, и, как следствие, количественную категорию "единицы".

- Для привлечения новых клиентов: директ-мейл: адресное, именованное, проблемное послание – коммерческое предложение.
- Для напоминания о себе постоянным клиентам – рассылка по существующей базе данных.



ОТПРАВЛЯЕМ ТОЛЬКО АДРЕСНУЮ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННУЮ ИНФОРМАЦИЮ

**КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ - ВАЖНАЯ ЧАСТЬ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ! ВАЖНО УМЕТЬ ПИСАТЬ ПРАВИЛЬНО!**



# ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

## МАССОВЫЕ КАНАЛЫ

ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ МАССОВОГО СПРОСА

Продукт интересен каждому 2-му человеку в интересующей нас локации

- Наружная реклама
- СМИ общеинтересные/ общеотраслевые
- Радио
- ТВ
- Упаковка дешевых товаров или сами эти товары,
- Интернет
- Прямая массовая рассылка - по принципу «в каждый почтовый ящик»
- Реклама в транспорте (включая рекламу на билетах)
- Реклама в супермаркетах (магазины массовой проходимости).

## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

БОЛЬШАЯ И МАЛАЯ ГРУППЫ (АУДИТОРИЯ СУЖЕНА ВЫСОКОЙ ЦЕНОЙ ИЛИ СПЕЦИАЛЬНЫМ НАЗНАЧЕНИЕМ ТОВАРА)

коляски нужны только семьям с малыми детьми - большая группа, а дорогие коляски могут купить уже только состоятельные семьи с малыми детьми - малая группа

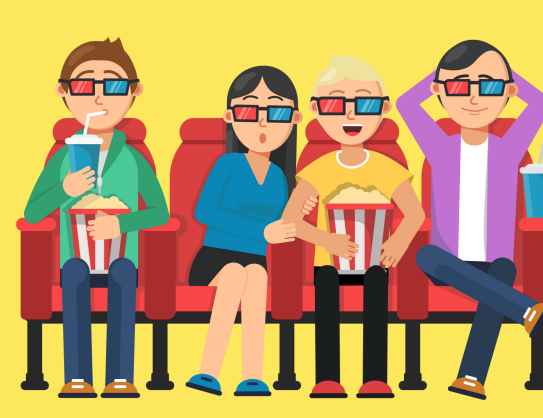
### ФИЗИЧЕСКИЕ



### ХОДИМ НОГАМИ

- Тематические выставки
- Открытые лекции
- Тематические семинары
- Конференции
- Круглые столы
- .....

### ИНФОРМАЦИОННЫЕ



### СМОТРИМ ГЛАЗАМИ

- Тематические СМИ и их сайты
- Публикации блогеров и влогеров
- Тематическая литература
- поисковые слова в поисковиках
- ....

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

ТОВАРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ И НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ГРУППЫ ПРЕМИУМ

По каналу запускаем только адресную информацию, когда знаем точное имя адресата и как его лично найти. Все коммерческие предложения, телефонные звонки и личные визиты относятся к этой категории каналов

- Директ мейл-именное, адресное, проблемное коммерческое предложение для привлечения новых клиентов
- Рассылка по существующей базе данных - для напоминания о себе постоянным клиентам

## БЕСПЛАТНЫЙ КАНАЛ

## САРАФАННОЕ РАДИО

УДИВИТЬ КЛИЕНТА НА ЛЮБОМ УРОВНЕ И ДАТЬ ЕМУ ГОРАЗДО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ОН ОЖИДАЕТ

- Молчаливый сарафан (из рук в руки)
- Говорливый сарафан (из уст в уста)

## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ-ПРИТЧА

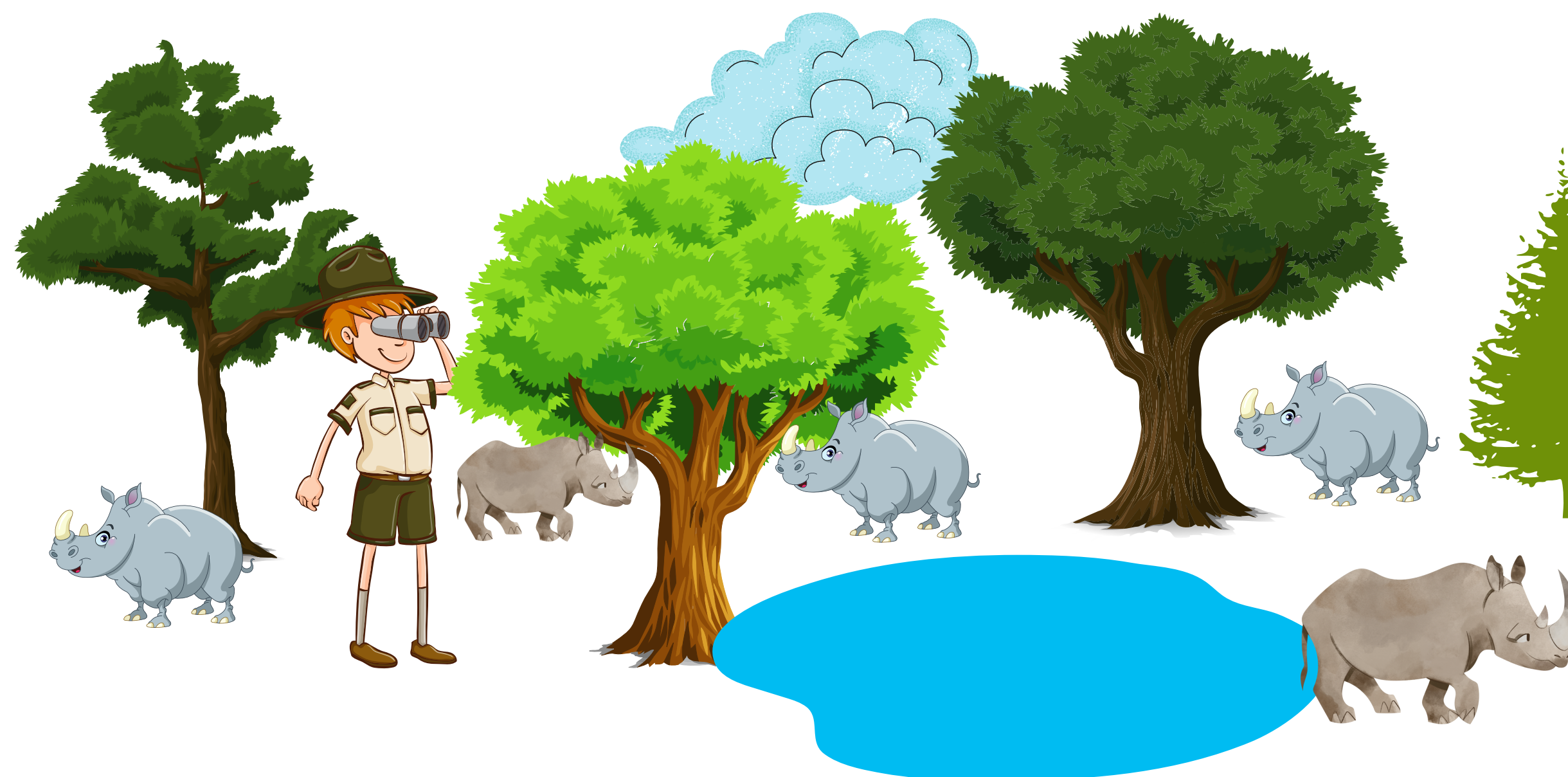
ЦЕЛЬ: посчитать всех носорогов

СРОКИ: 30 дней

КОЛ-ВО НОСОРОГОВ: 142)



1 ДЕНЬ ПРОДУМАННОЙ РАБОТЫ



30 ДНЕЙ УПОРНОГО ТРУДА



## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ-ПРИТЧА

Я ЗООЛОГ, Я знаю, что ВСЕ носороги КАЖДЫЙ ДЕНЬ пьют воду вот ЗДЕСЬ, и при этом показал на место водопоя. Вот здесь я стал их считать.

Как это возможно сделать за 1 день?



1 ДЕНЬ ПРОДУМАННОЙ РАБОТЫ

**МОРАЛЬ:**зачем искать по городу потенциальных клиентов, если можно просчитать их "тропы" и встать поперек этих троп со своей информацией?

Тропы=водопои

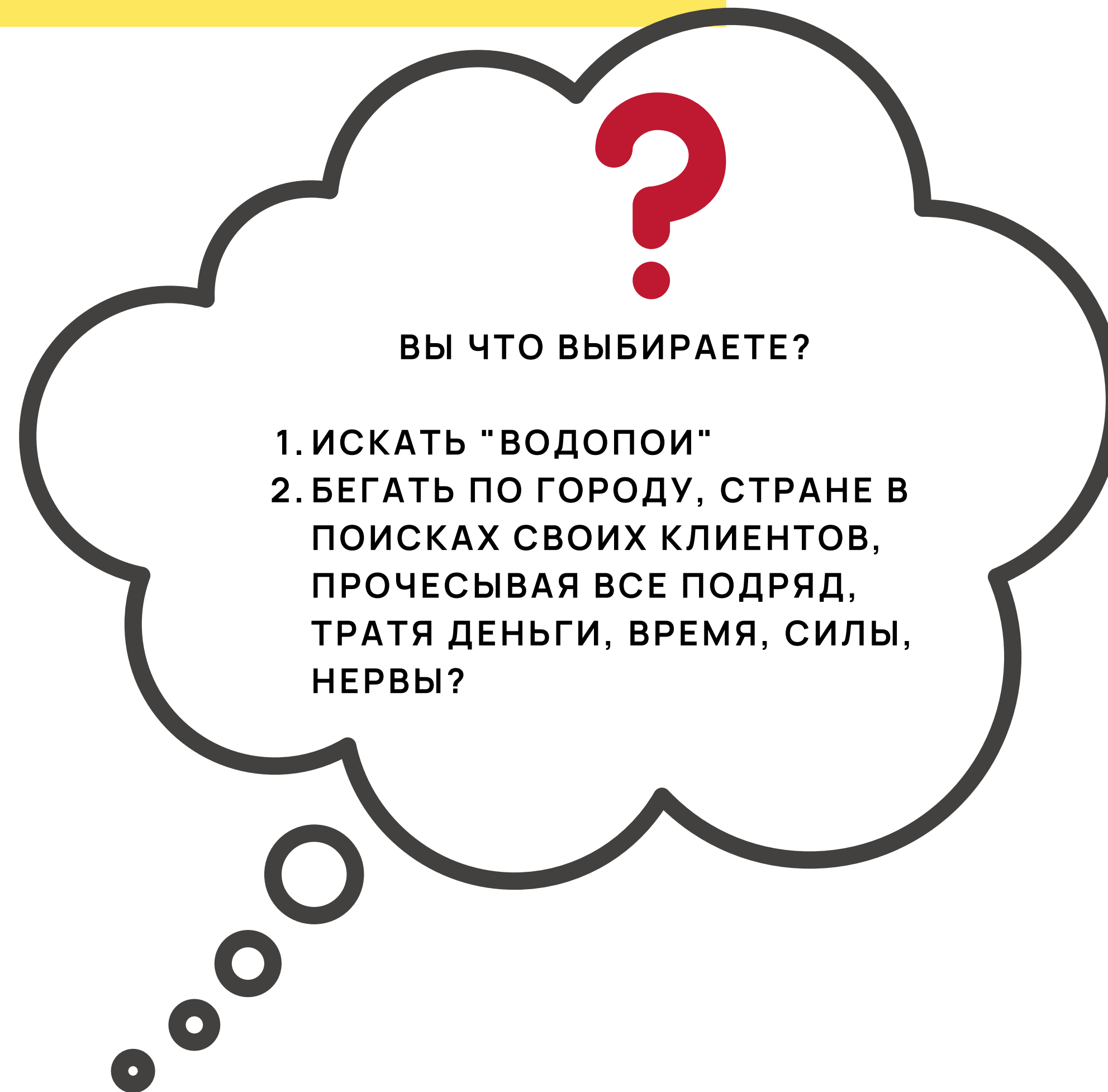
**Работать надо не много,  
а с планом действий!**



30 ДНЕЙ УПОРНОГО ТРУДА



## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ-ПРИТЧА



## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ - 3 СОСТАВЛЯЮЩИЕ УСПЕХА КАНАЛА

чтобы оценить канал адекватно - надо быть его очевидцем!

ИМЯ= КАНАЛ (КОНКРЕТНОЕ МЕСТО, ГДЕ ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ РАЗМЕСТИТЬ ИНФОРМАЦИЮ)



ПРАВИЛЬНЫЙ ПОСЫЛ

КОММУНИКАЦИЯ

ПРАВИЛЬНЫЙ  
РЕКЛАМОНОСИТЕЛЬ

РЕКЛАМОНОСИТЕЛЬ



ПРАВИЛЬНО ВЫБРАТЬ  
МЕСТО РАЗМЕЩЕНИЯ

МАРКЕТИНГОВЫЙ КАНАЛ



ТРЕНИРУЙТЕ СВОЙ БЕСЦЕННЫЙ НАВЫК:

1. ЧТО ГОВОРЮ? -МАРКЕТИНГОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ
2. ГДЕ ГОВОРЮ?- МАРКЕТИНГОВЫЙ КАНАЛ
3. КАК ГОВОРЮ- РЕКЛАМОНОСИТЕЛЬ



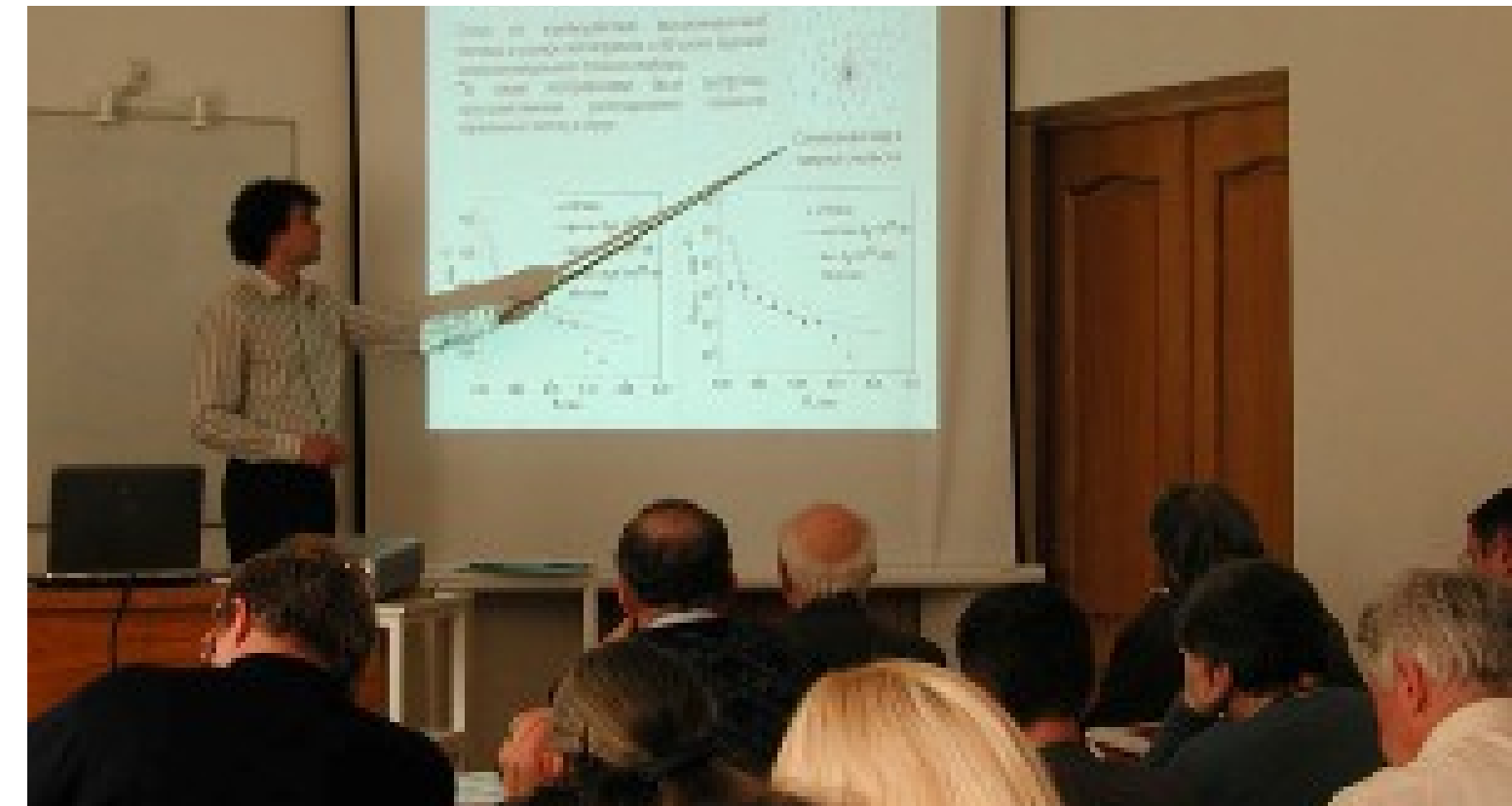
## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ФИЗИЧЕСКИЕ



тематические выставки



открытые лекции



тематические семинары



конференции



места продаж параллельного бизнеса  
(одежда)



киносеансы (НЕ КИНОТЕАТР)



## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ФИЗИЧЕСКИЕ



спортивные зрелища



тематические культурные мероприятия



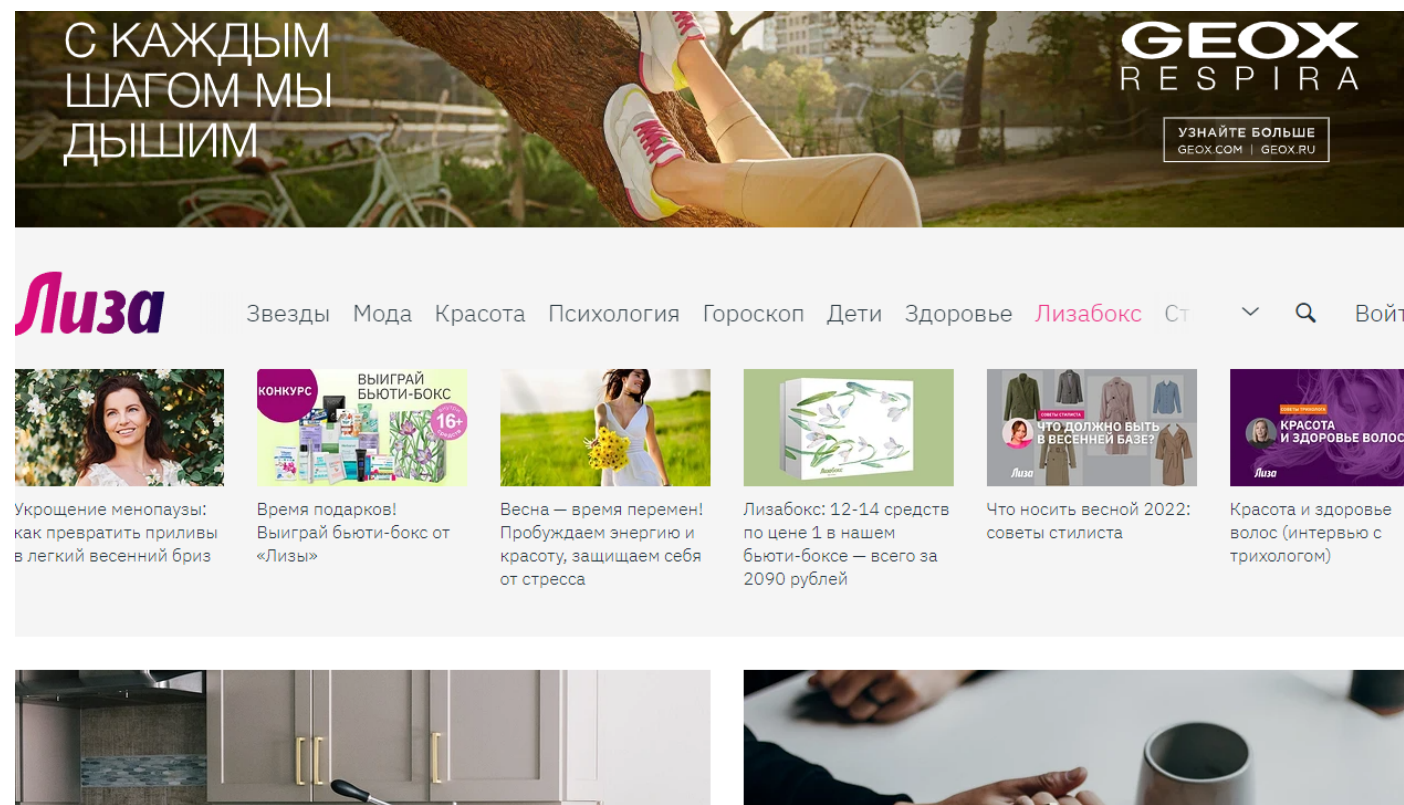
свои места продаж



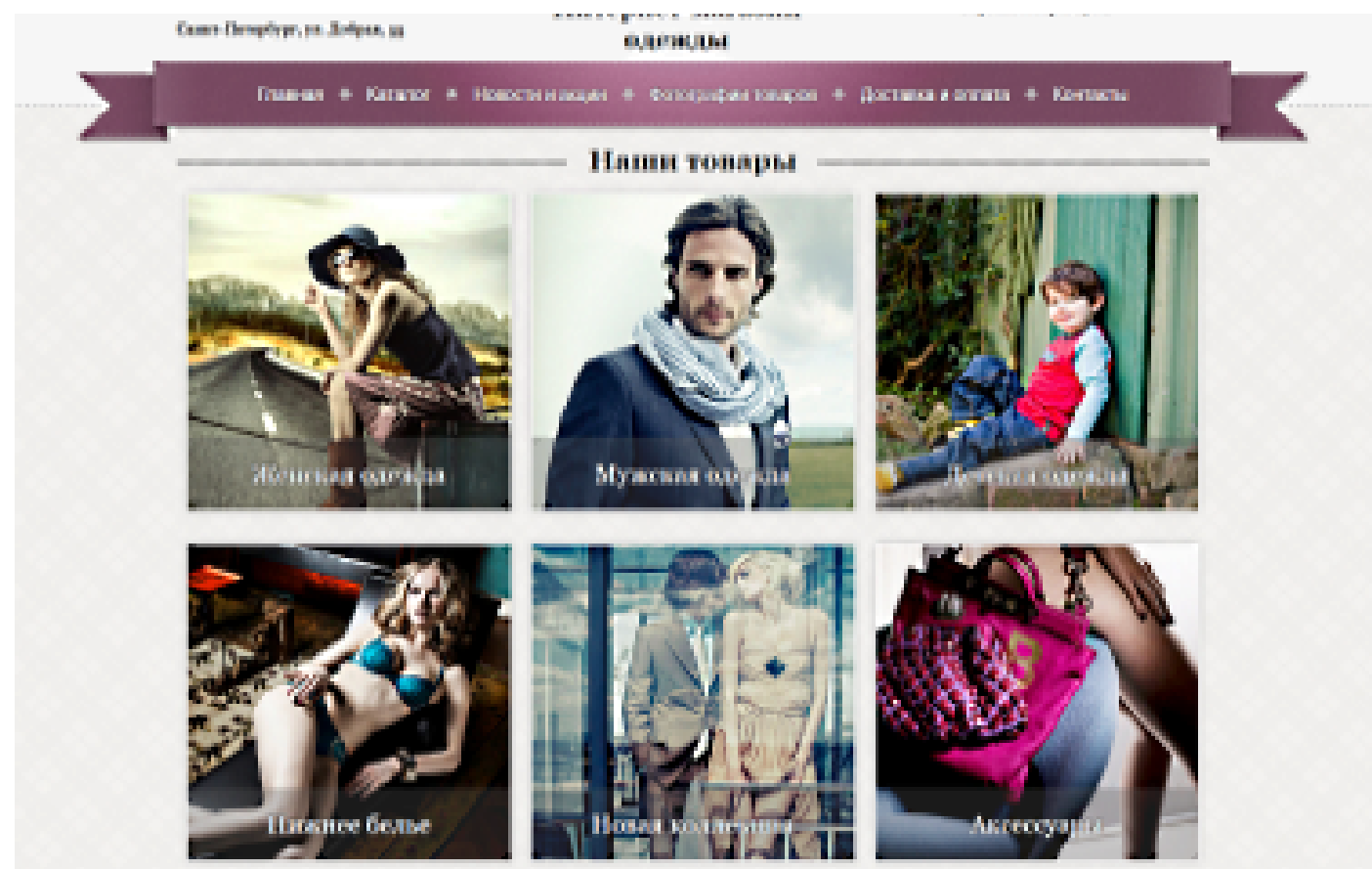
разместить информацию в офисе клиентов



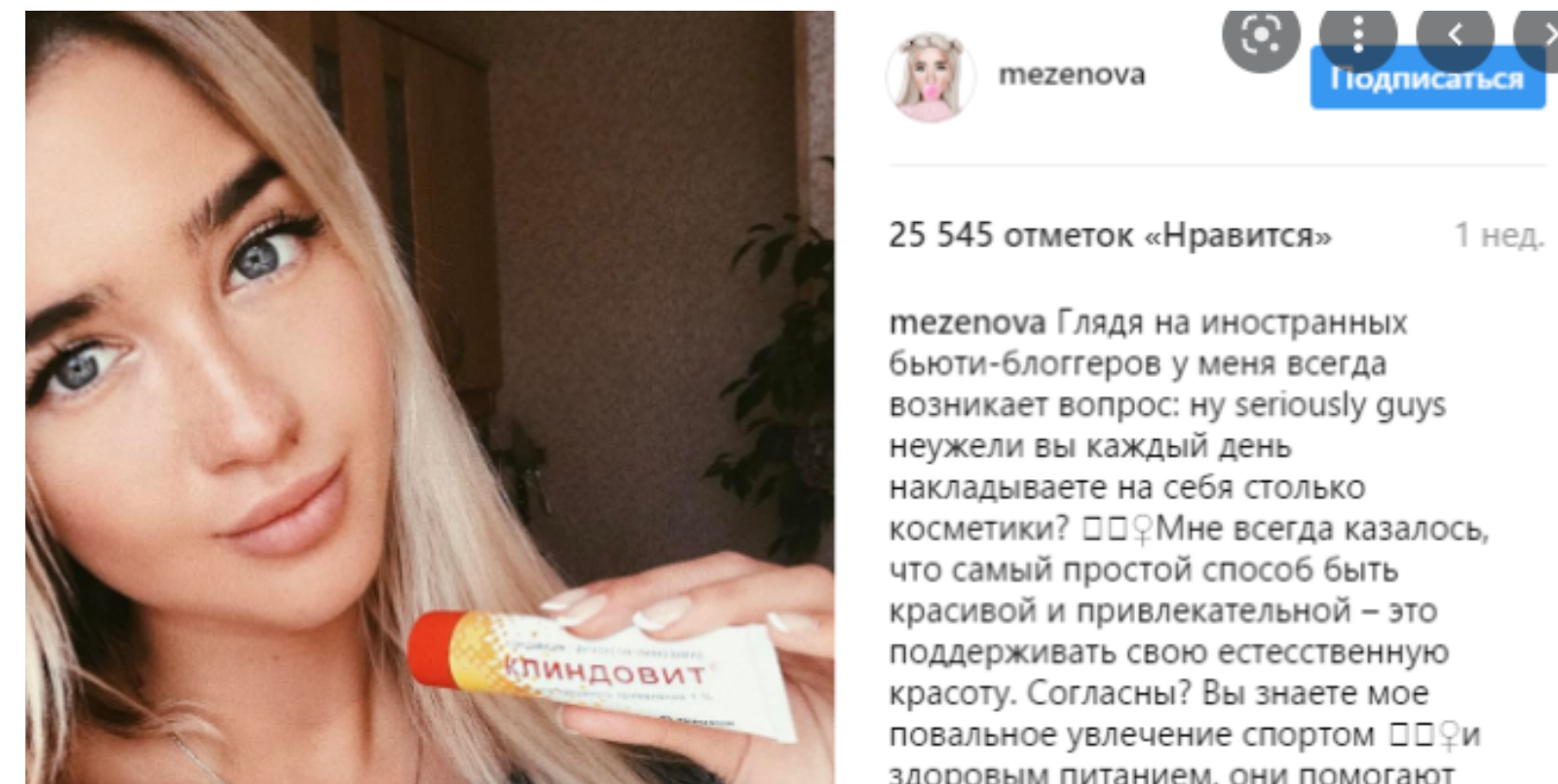
## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ИНФОРМАЦИОННЫЕ



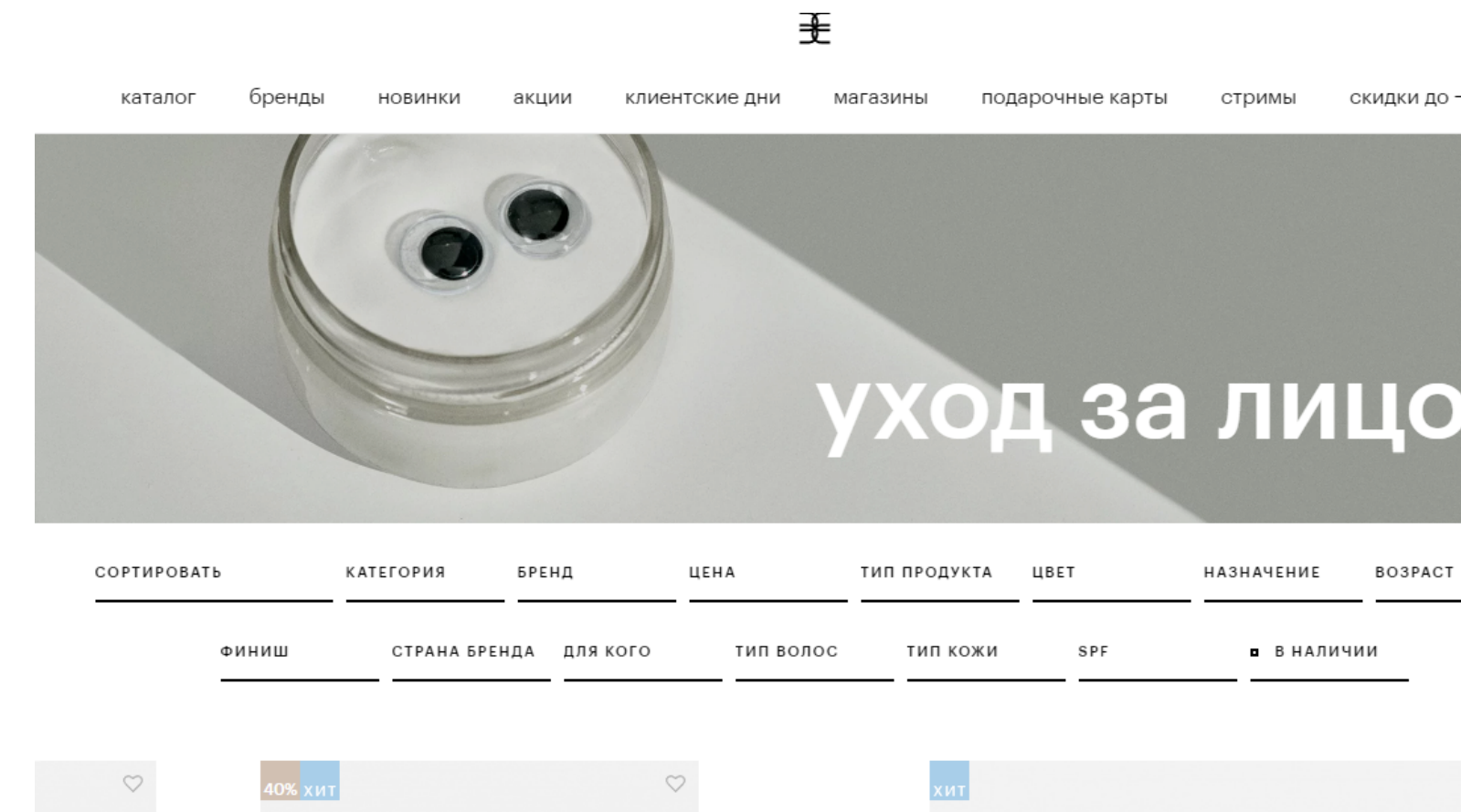
тематические СМИ и их сайты



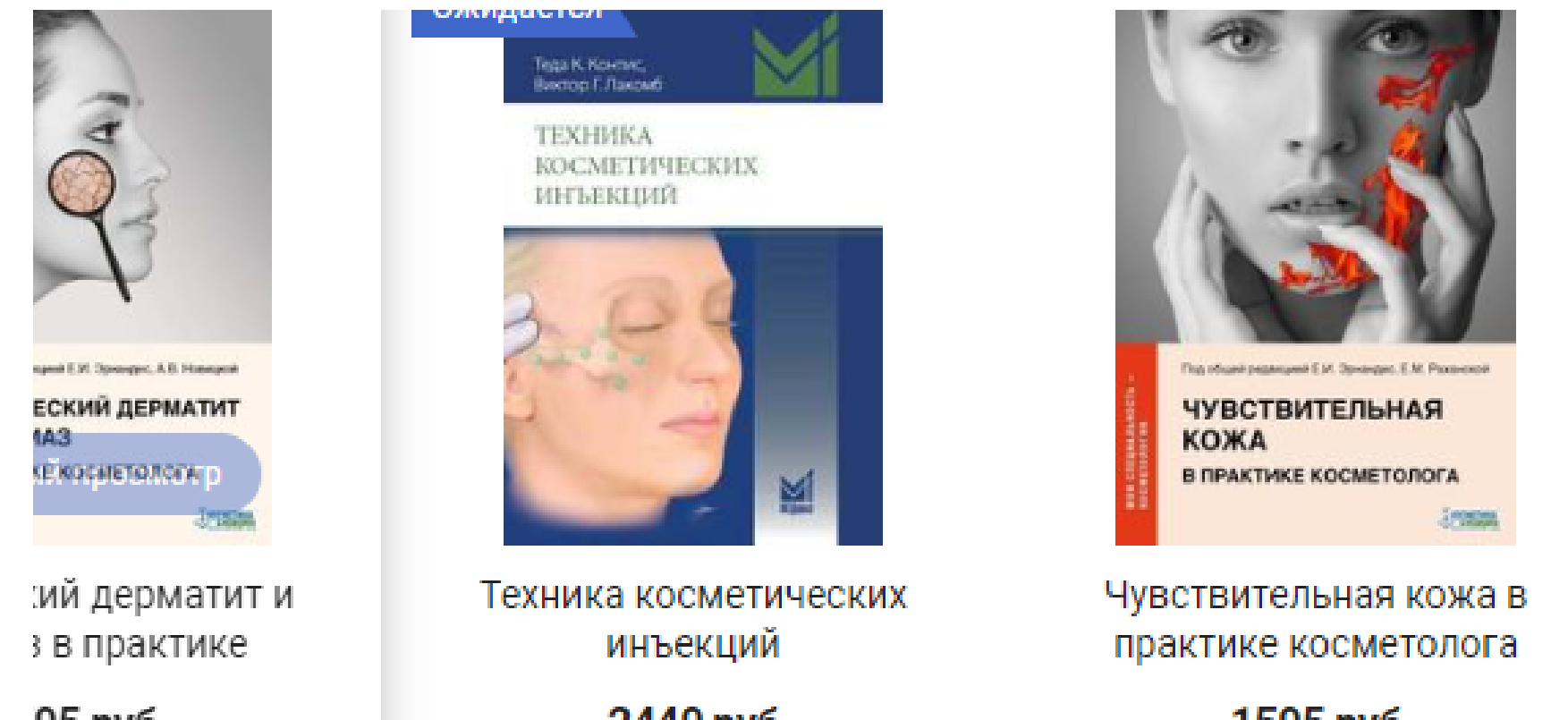
онлайн площадки партнеров и параллельного бизнеса



публикации блогеров и влогеров



тематические сайты и страницы соцсетей в Интернет



тематическая литература



поисковые слова в поисковиках



## ЛОКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ИНФОРМАЦИОННЫЕ



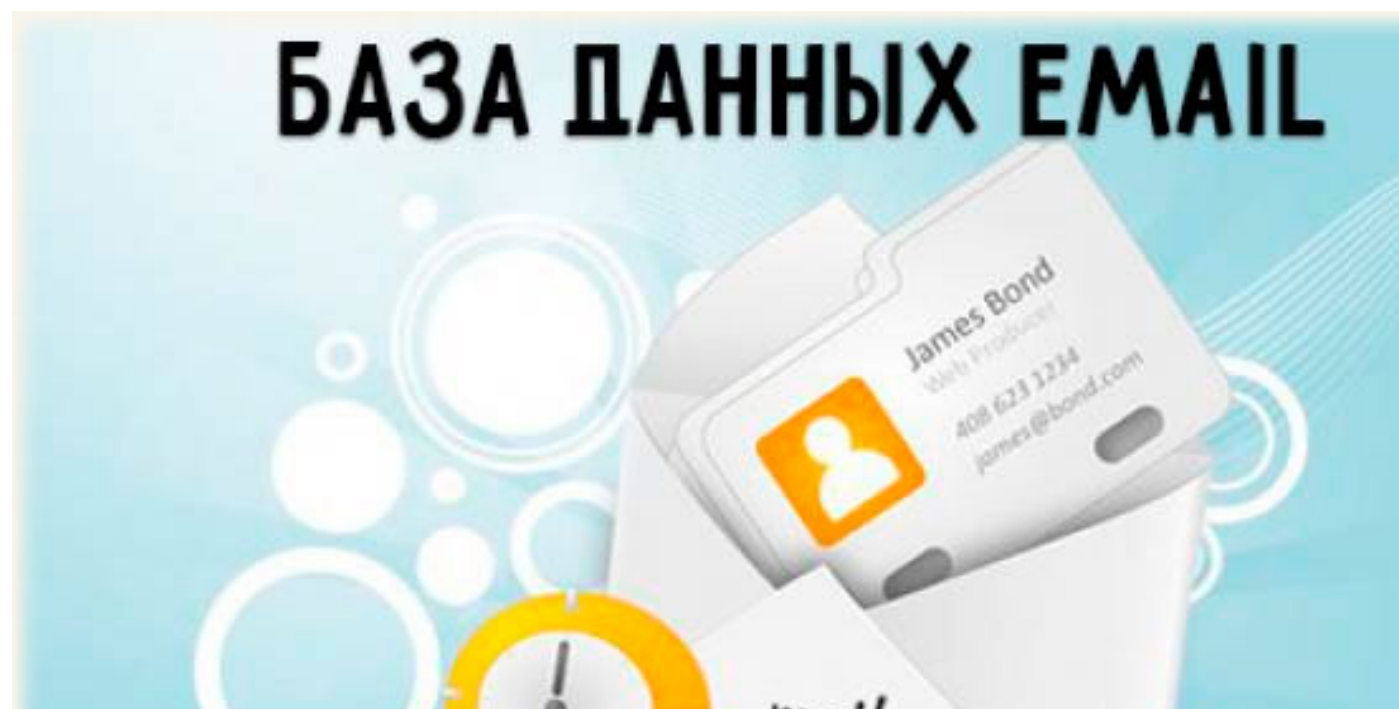
упаковка товаров премиум и медиум



тематические передачи на радио и ТВ



каталоги клиентов или параллельного бизнеса



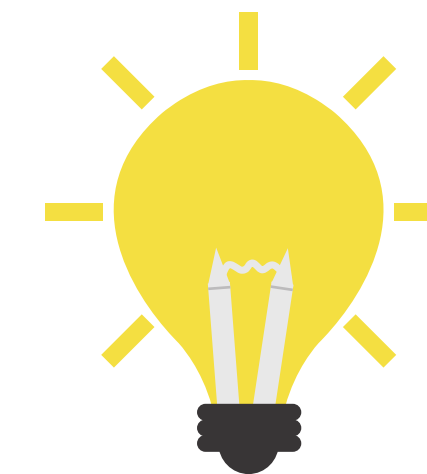
рассылки по БД  
 партнерского бизнеса

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИЙ

КАНАЛ ЭФФЕКТИВЕН, ЕСЛИ ОН СООТВЕТСТВУЕТ  
ХАРАКТЕРИСТИКАМ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ НА 80%  
И ОБСЛУЖИВАЕТ КАЖДУЮ ХАРАКТЕРИСТИКУ ЦА НА 95%

У БЕСПЛАТНЫХ КАНАЛОВ ОЦЕНИВАТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ НЕ НАДО

ЗАМЕРЯЕМ - 100 КАНАЛОВ, ОСТАЕТСЯ 10





# ГДЕ ИСКАТЬ КЛИЕНТОВ ОЗАБОЧЕННЫХ СВОЕЙ ВНЕШНОСТЬЮ?

## ЛОКАЛЬНЫЕ ФИЗИЧЕСКИЕ КАНАЛЫ:

1. БАНЯ
2. СПА-САЛОНЫ
3. ФИТНЕСС-ЦЕНТРЫ
4. КАТКИ
5. БАССЕЙНЫ
6. РЕСТОРАНЫ И КАФЕ
7. МАГАЗИНЫ ОДЕЖДЫ
8. САЛОНЫ МАНИКЮРА И ПЕДИКЮРА
9. АТЕЛЬЕ
10. МАССАЖНЫЕ САЛОНЫ
11. ОБУВНЫЕ МАГАЗИНЫ
12. ПАРФЮМЕРНЫЕ МАГАЗИНЫ
13. МАГАЗИН МОДНОЙ ОПТИКИ
14. ЗОЖ-МАГАЗИНЫ
15. ВИТРИНЫ ЗОЖ В МАГАЗИНЕ
16. МАГАЗИНЫ ГАЛАНТЕРЕЙНЫЕ (СУМКИ, ЗОНТЫ, КОШЕЛЬКИ, ПЕРЧАТКИ)
17. СТИЛИСТЫ
18. ВИЗАЖИСТЫ
19. СПЕЦИАЛИСТЫ ПО ПОХУДЕНИЮ
20. ПЛАСТИЧЕСКИЕ ХИРУРГИ
21. ДИЕТОЛОГИ
22. НУТРИЦИОЛОГИ
23. МАГАЗИНЫ ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ
24. МАГАЗИНЫ ЖЕНСКОГО БЕЛЬЯ
25. МАГАЗИН КОЛГОТОК
26. МАГАЗИНЫ ЗДОРОВОГО СНА (МАТРАСЫ, ПОДУШКИ, ОДЕЯЛА)
27. КНИЖНЫЕ МАГАЗИНЫ (ОТДЕЛ КРАСОТЫ)
28. ПСИХОЛОГИ
29. ЛЕКЦИИ КОСМЕТОЛОГОВ

## ЛОКАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ:

1. ЖЕНСКИЕ ОН-ЛАЙН ФОРУМЫ
2. ФОРУМЫ О КОСМЕТИКЕ И УХОДЕ ЗА СОБОЙ
3. ФОРУМЫ ПО ПОХУДЕНИЮ
4. ФОРУМЫ ПО ЗДОРОВОМУ ПИТАНИЮ
5. БЛОГЕРЫ ПО КРАСОТЕ
6. БЛОГЕРЫ ПО СТИЛЮ В ОДЕЖДЕ
7. САЙТЫ ПО РЕЙТИНГАМ КОСМЕТИКИ
8. САЙТЫ ПО ОЦЕНКЕ КОСМЕТИКИ
9. ОТЗЫВЫ О КОСМЕТИКЕ
10. ПОИСКОВЫЕ СЛОВА В ПОИСКОВИКАХ
11. ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПЕРЕДАЧИ НА РАДИО
12. ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПЕРЕДАЧИ НА ТВ
13. ЖЕНСКИЕ ЖУРНАЛЫ ПЕЧАТНЫЕ
14. ПЕЧАТНЫЕ И ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ О ЛЮБВИ
15. РЕКЛАМА В СОЦСЕТЯХ
16. ПОСТЫ В СОЦСЕТЯХ

**Я ВАС ПОЗДРАВЛЯЮ!**

**ТЕПЕРЬ ВЫ ЗНАЕТЕ , ГДЕ БЫСТРО И  
ЭФФЕКТИВНО НАЙТИ ВАШИХ КЛИЕНТОВ!**







ПЕРВОЕ БЬЮТИ-АТЕЛЬЕ  
СОБСТВЕННЫХ БРЕНДОВ

С УВАЖЕНИЕМ,  
ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ  
ОСМАЕВА МАРГАРИТА

БУДУ РАДА ОТВЕТИТЬ НА ВАШИ ВОПРОСЫ!

---

## НАШИ КОНТАКТЫ



+7 (495) 357-15-95



[www.cosmetic-solutions.ru](http://www.cosmetic-solutions.ru)  
[osmaeva.mv@cosmetic-solutions.ru](mailto:osmaeva.mv@cosmetic-solutions.ru)



111524, Москва,  
ул. Электродная, 9Б