



КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА:

**РАЗРАБОТВАНЕ НА ON-LINE МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ
ПО ПРИМЕРА SONY PLAYSTATION**

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

СЪДЪРЖАНИЕ:

УВОД.....	3
1. КРАТКО ПРЕДСТАВЯНЕ.....	4
2. ДИГИТАЛНИ МАРКЕТИНГОВИ РЕШЕНИЯ.....	4
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	10
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА.....	10

УВОД

1. КРАТКО ПРЕДСТАВЯНЕ

Признат като световен лидер в интерактивното и дигиталното забавление, Sony Interactive Entertainment (SIE) отговаря за марката и семейството продукти на PlayStation. PlayStation е марка за новаторски продукти на пазара от старта на първата конзола PlayStation в Япония през 1994 г. Семейството продукти и услуги на PlayStation включва PlayStation 4, PlayStation VR, PlayStation Store, PlayStation Now и PlayStation Vue. SIE управлява и Worldwide Studios, които отговарят за разработването на игри от световна класа за PlayStation. Със седалище в Сан Матео, Калифорния, SIE е изцяло притежавано дъщерно дружество на Sony Corporation и има регионални подразделения в Лондон и Токио.

Преди 19 години Sony започна проучването в сферата на игрите. Sony видя потенциален пазар и завладява въображението на аудиторията.

В продължение на години геймърските конзоли са се превърнали в център за забавление. С пускането на пазара на PS4, PlayStation се върна обратно в корените си и постави отделен акцент върху едно нещо: да направи своята конзола най-доброто място за игра.

Как фокусът на PlayStation върху геймърите е помогнал на PS4 да достигне # 1

Когато PlayStation стартира конзолата PS1 през 1994 г., тя навлезе на пазара на игри, който бе доминиран от Nintendo и Sega. Компанията направи пробив с маркетинговата линия "U R Not E" (с E в червено, за да означава "Не сте готови"). Провокацията може би е била насочена към потребителите, но конкуренцията беше надмината от изключителната игрална система на Sony. В края на краищата PS1 продаде 120 милиона бройки като Nintendo продаде около 34 милиона от своя Nintendo 64.

След повече от 20 години пазарът на така наречените "конзолни войни" се е променил драстично. Докато PS2 е била изключително успешна, то с PS3 компанията загуби в конкуренцията с Xbox 360 на Microsoft и Wii на Nintendo.

Със своето ново поколение конзоли, преоформящи лицето на игрите и развлеченията, PlayStation се върна към корените си като се съсредоточи върху едно нещо: „разбиването на умовете на геймърите”. И това е стратегия, която помогна на PS4 да изпревари своите конкуренти. Компанията е продала над 6 милиона броя в първите четири месеца на конзолата, далеч надхвърляйки годишните прогнози