



**НОВ
БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

КУРСОВА РАБОТА

М□□М071D ЕМОЦИОНАЛЕН МАРКЕТИНГ

НА ТЕМА:

МАРКЕТИНГОВА КАМПАНИЯ НА СЕБАМЕД

Изготвил:

Проверил:

2018

1. Предложете идеи за кампания, изградена на основата на емоционалния маркетинг.

Майките знаят, че когато бебето е подложен на стрес или лошо чувство по кожата, то те изпитват същото. Обривът може да бъде много стресиращ. Състоянието дразни деликатната кожа на бебето и го държи будно през нощта, както и майката.

Затова се предлага маркетингова кампания на серия от бебешки кремове Себамед, които наистина да предотвратят и да лекуват ужасни обриви, така че майките да прекарва по-малко време в притеснение за бебето и да има повече време да се тревожи за всичко останало.

Ето защо тук е ролята на крема на Себамед.

Маркетинговата кампания ще е насочена към майките от поколението на Millennials и в трансформирането на грижите за бебето. Кампанията ще подчертае промените, които Себамед може да предизвика с по-малко съставки, за да се даде повече грижа на бебешката кожа.

Марката ще изпрати послание, че с променящите се нужди на родителите Millennials, бебето също има променени нужди и продукта гарантира, че ще осигури най-нежната грижа за бебетата. В маркетинговата кампания също така трябва да се подчертаят променящите се особености на продукта като непарабени, без сулфати и багрила, давайки на бебето природосъобразна грижа; като същевременно се поддържат клинично доказани, чисти съставки. Новият продукт е синхронизиран с променящите се времена с нова ергономична опаковка, за да се гарантира, че родителите трябва само да се съсредоточат върху своите бебета.

Тази кампания трябва да акцентира на това, че Себамед като марка и компания прави това, като я придвижва напред в постоянно променящата се околна среда. Кампанията трябва да изтъкне, че продукта е необходим за майките така, че те умело да балансират множество роли в своето ежедневиe – особено на градски жени, които и преследват своето кариерно развитие.

Една от идеите е кампанията на Себамед да се съсредоточи върху разкази на родители, майки и бащи, баби и дядовци, да срещне потенциалните потребители от поколението на Millennials с един различен произход, които като че ли изповядват толкова много доверие в марката.

2. Към кои емоции, ценности и потребности ще насочена кампанията?

Кампанията на Себамед ще има следните ценности: