



**НОВ
БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

КАЗУС

ПО ВАМВ 622D ЕМОЦИОНАЛЕН МАРКЕТИНГ

Изготвил:

Проверил:

2018

1. Коя е основната таргет група на продукта? Кои са основните рекламни послания?

Фигура 1 Таргет група на Special K.

demographic	index	demographic	index
Female	100	Has Kids	97
Male	104	No Kids	107
<24	100	- \$20k	82
25-34	88	\$20k-40k	89
35-44	100	\$40k-60k	95
45-54	111	\$60k-80k	104
55-64	111	\$80k-100k	106
65+	105	\$100k-125k	106
African American	71	\$125k +	117
Asian	73	No College	90
Caucasian	105	College	99
Hispanic	101	Adv. Degree	116

Източник: https://infoscout.co/brand/kelloggs_special_k

Зърнените храни "Special K" на Kellogg са с по-висока цена от конкурентните продукти. Тази премиална цена е показател за стратегия висока цена – високо качество.

Съгласно това и фигура 1 може да се заключи, че целевите потребители са готови и са в състояние да платят по-високата цена. По този начин работещите хора от средната / висока класа в обществото са по-скоро таргет групи отколкото ученици, безработни или хора от нисшата класа.

Старото послание е: "Какво ще спечелите, когато загубите?". То често съпътствано от изображения на кантари и предизвикателства за начина хранене, които поставят зърнената храна в центъра на плановете за отслабване. Но както много марки за храните са открили, потребителите вече не са насочени толкова към темата за загуба на тегло.

Новите рекламни послания на компания включва послания от типа "по-вкусни от всякога"¹.

Протеинът е основна хранителна дума в посланията на марката. Една ранна печатна реклама е била: „повече от люспи или пуф - вкусен начин да получите протеини“².

¹ <http://adage.com/article/cmo-strategy/a-campaign-fix-special-k/297921/>

² Пак там