

Рекламные стратегии Chanel No.5



Выполнила:
Студентка 5 группы 5 курса
Факультета управления
РГГУ
Дарья Якадина

A large advertisement for Chanel No. 5 perfume. The central image shows a woman in a white, strapless, floor-length dress with long white gloves, being held from behind by two men in black tuxedos. They are standing in front of a window with light-colored curtains. In the foreground, a large, clear glass bottle of Chanel No. 5 perfume is prominently displayed. The bottle has a white label that reads "N°5 CHANEL". Below the bottle, there is a small line of text: "Chanel N°5 Perfume 5.00 to 300.00 New Spray Perfume or Spray Cologne 5.00". At the bottom of the advertisement, the text reads: "every woman alive loves Chanel N° 5" followed by "CHANEL" in large, bold, black letters. At the very bottom, in small print, it says: "©1981 CHANEL, INC., 1 W. 87TH STREET, NEW YORK. ALL PRICES PLUS TAX".

Москва 2009

Что вы знаете о рекламной стратегии?

- Рекламная стратегия – стратегия оптимальной формы, содержания, времени и пути доставки массового рекламного сообщения до определенной аудитории, служащая частью реализации коммуникационной маркетинговой стратегии.
- Цель: достижение определенного коммуникационного эффекта у контактируемой с рекламным сообщением аудитории и побуждение ее к целевому поведению.

- А что вы знаете о Chanel?



Первое лицо Chanel No.5 - Catherine Deneuve (1970-е гг.)

- Французский шик
- Изысканность
- Элегантность
- Красота и гламур



Пустой знак,
символизирующий
сам себя

Рекламная стратегия Chanel No.5

Простая форма

Изысканное содержание

Сильный смысловой подтекст

Цель - заставить ассоциации, связанные с Катрин Денев, работать на парфюм, подсознательно связать его с качествами, присущими актрисе.

Аудитория – женщины 20-45 лет, обладающие чувством стиля и французским шармом



Новый образ Chanel No.5



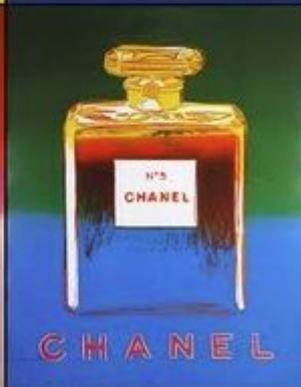
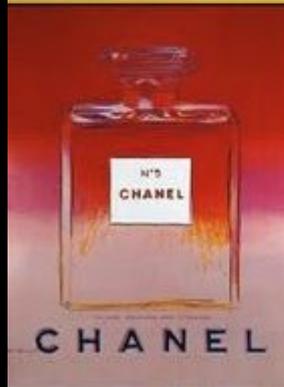
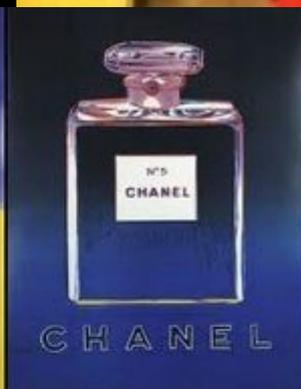
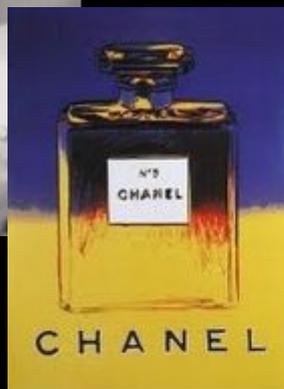
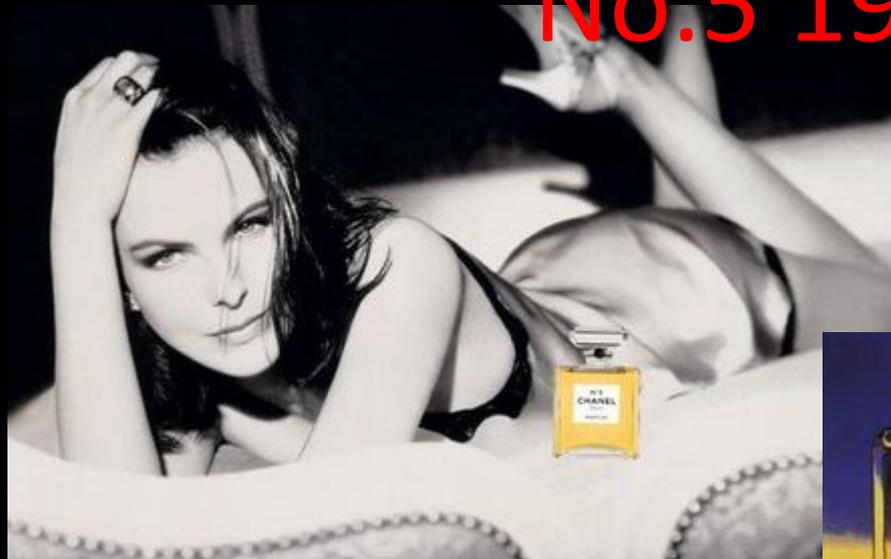
АССОЦИАЦИМ?

Новая рекламная стратегия (1980-е гг.)

- Более смелый и демократичный образ
- Сохранение простой формы подачи рекламы
- Одна модель задействована в рекламе всей продукции компании
- Воплощала стиль Дома в повседневной жизни
- Аудитория – молодые уверенные в себе стильные женщины



Рекламная стратегия Chanel №.5 1990-х гг.



Рекламная стратегия Chanel

№.5 1990-х гг.

- Новая форма
- Яркий запоминающийся образ
- Рекламный ролик – фильм
- Новый образ - соблазнительность, женственность, роскошь, гламур, мистика и тайна
- Использование не только телевизионной и печатной рекламы, но и **минифильмов** для показа в кинотеатрах

Chanel No.5 в новом тысячелетии



Составляющие успеха Дома

- Магия бренда
- Достаточное количество средств на развитие
- Профессиональная команда
- Креативная реклама



Новое лицо Chanel No.5 – Audrey Tautou



Danke schön!

תודה!

Merci!

Спасибо за внимание!

Gracias!

Thank you!