

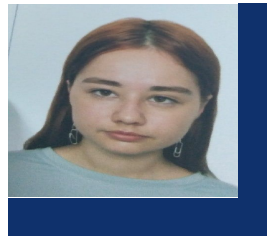


ШАГ ВПЕРЁД: НОВАЯ СТРАТЕГИЯ  
ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ SCHOLL

Команда кейса



Смирнова  
Е.Л.



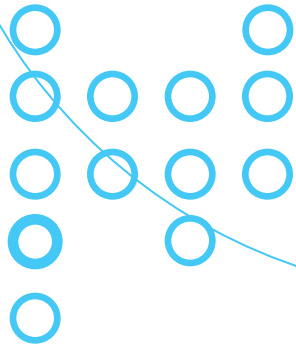
Зубова А.А



Клочкова К.  
А



Барри А.



# ШАГ ВПЕРЁД: НОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ SCHOLL

## Кратко о проекте:

Наш проект называется «Шаг вперёд: новая стратегия продвижения продукции Scholl.» С собой он представляет новую схему продвижения товара бренда. Нашим проектом могут заинтересоваться инвесторы и потребители данной продукции. Проект решает проблему спада и развития роста компании Scholl в связи с уменьшением продаж, потерей интереса потребителя к товару. Раньше эта проблема решалась несколькими способами:

1. Стратегия продвижения бренда реализовалась через телевиденье, промпосты в социальных медиа. Также было взаимодействие с блогерами.
2. Компания Scholl проводила различные маркетинговые акции, к примеру демонстрация продукта в гипермаркетах международной сети METRO.
3. Бренд использовал промоскидки, ПОСМ-материалы для привлечения внимания потребителя.

# ПРОРАБОТКА ПРОБЛЕМЫ

**Проблема** – отсутствие спроса на продукцию Scholl и вследствие этого уменьшение продаж.

## Описание текущей ситуации

На данный момент присутствует сильная конкуренция между компаниями, присутствует борьба за потребителей, готовых покупать продукт. На нашем кейсе за 2 года сильно сказались экономические факторы, а именно: развитие информационных технологий, и , вследствие этого, появления более развитых и качественных продуктов в данной сфере , в частности развитие онлайн-маркетов, рост цен в стране. Отсутствие качественной рекламы : вот уже который год мы не видим рекламы фирмы Scholl. У компании нет обновления своей продукции.

## В СВЯЗИ С ЧЕМ:

- Компанию Scholl постепенно заменяют другие похожие бренды
- Многие начинают забывать о существовании данной компании
- Происходит потеря интереса к товару у потребителей
- Рост продаж постепенно снижается

# ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

## Цель:

Цель нашего проекта – получить новую стратегию продвижения бренда Scholl, которая бы помогла компании укрепить позицию своей продукции на нашем рынке. Мы хотим создать новые маркетинговые акции, чтобы помочь компании успешно рекламировать свою продукцию и расширить клиентскую базу

## Задачи:

- проанализировать текущую ситуацию и барьеры в компании Scholl
- придумать техники, направленные на рост продаж одного из сегментов бренда
- разработать идеи маркетинга продукции
- обновление методов развития бренда Scholl в связи с изменением интересов потребителей



## РЕШЕНИЕ

**Мы разработали маркетинговую стратегию, которая основана на следующих идеях:**

- Обновление упаковки продукции бренда и логотипа.
- Обновление сайта и появление возможности удобной покупки через интернет.
- Ориентированность на целевую аудиторию и их интересы. Следование трендам. Появление нового типа продукции.
- Новые акции.
- Реклама у блогеров и на популярных площадках.

# РЕШЕНИЕ

## Обновление упаковки продукции бренда и логотипа

Сейчас многие компании стремятся создавать логотип в минималистичном стиле. Примером этого служат следующие бренды: Starbucks, Uber, Nike, Eveline Cosmetics. Такие логотипы приятны глазу и зачастую узнаваемы, не содержат лишних деталей.

Мы считаем, что логотип бренда Scholl давно устарел, т.к. данная модель логотипа была популярна в 2010 году. Мы представили своё видение логотипа бренда в 2022 году.

Также стоит учесть упаковку. Она утратила актуальность в нынешнее время, выглядит слишком яркой и агрессивной по цветовой палитре. Необходимо сделать цвета более пастельными.

На данный момент стоит обратить внимание на следующие стили упаковки:

- Y2K. Этот стиль отлично подойдет для упаковок Scholl и покажет продукцию данного бренда в новом свете
- Максимализм внутри, минимализм снаружи. «В мире ежедневно доставляются миллионы посылок, поэтому превратить распаковку в незабываемый приятный опыт сейчас важно как никогда. Как дизайнеры мы должны сделать шопинг увлекательным приключением – когда человек открывает невзрачную упаковку, он будто заглядывает внутрь бренда.» (Джастин Хамра)



Упаковка и логотип  
бренда Scholl

**EVELINE**  
COSMETICS

Логотип Eveline  
cosmetics



Разработанный нашей командой  
новый логотип



«Максимализм внутри,  
минимализм снаружи»

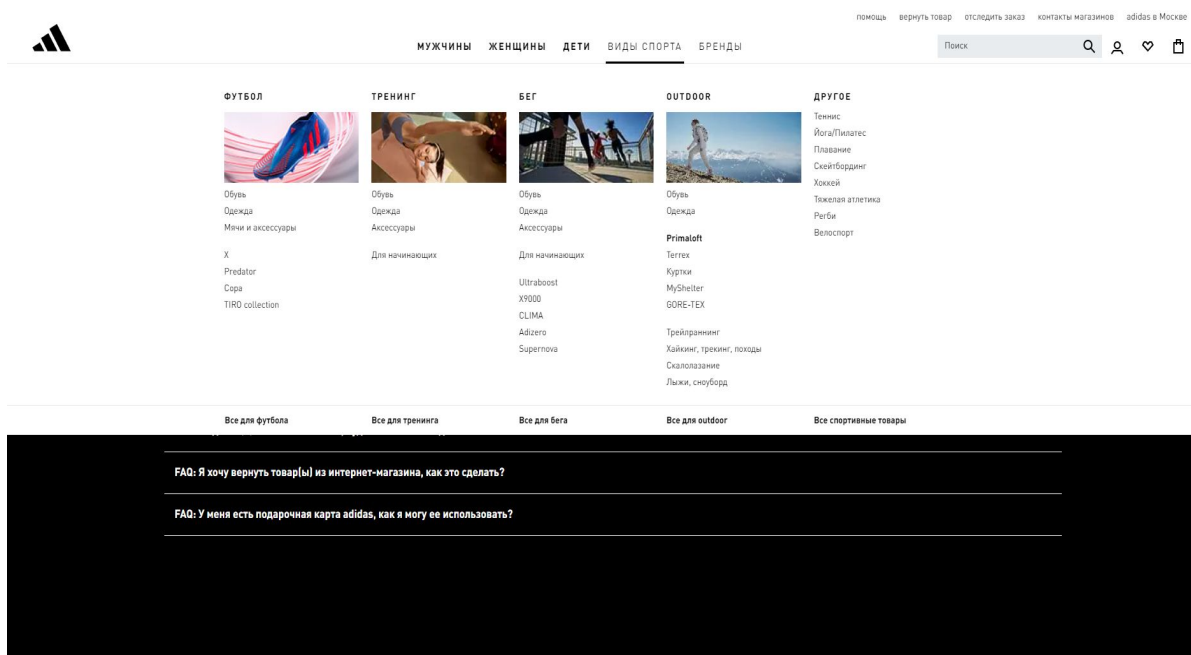


Y2K

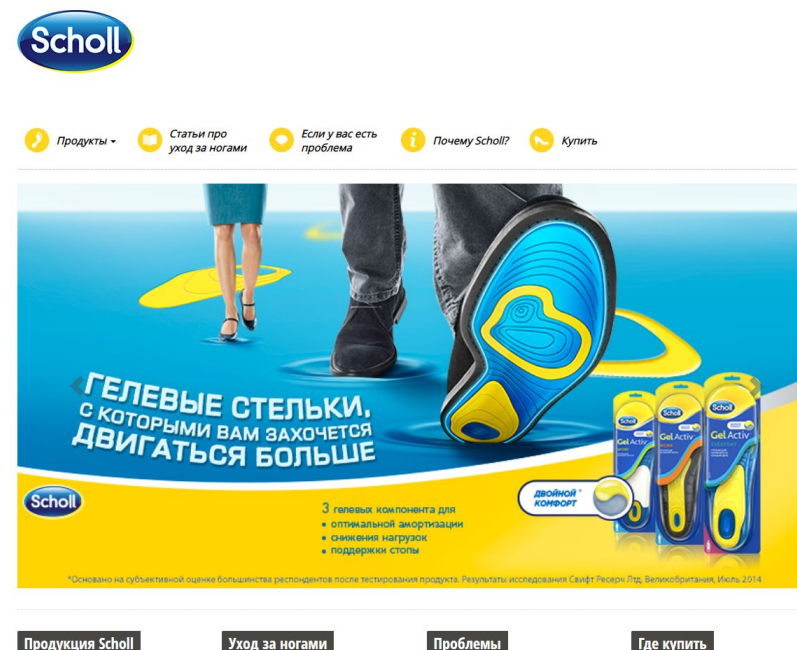
# РЕШЕНИЕ

## Обновление сайта и появление возможности удобной покупки через интернет

Также мы считаем наиболее важным фактором регулярное обновление сайта. Оригинальное оформление и приятная цветовая палитра помогут привлечь интернет-покупателей. Необходимо обеспечить потребителя возможностью покупки через интернет вещей. Мы хотим сделать дизайн более современным и лаконичным, а также более удобным для оформления онлайн заказов. Примером хороших и удобных дизайнов сайтов служат сайты фирмы Adidas, где все элементы выполнены в гармонично чёрно-белом стиле и удобно расположены.



Сайт бренда Adidas



Сайт бренда Scholl



## РЕШЕНИЕ

### Ориентированность на целевую аудиторию и их интересы. Следование трендам. Появление нового типа продукции

Scholl – узконаправленный бренд. Средства по уходу за стопами также является медленно растущим сегментом глобального рынка beauty & personal care. Это основная причина медленного роста компании. Мы хотим предложить производить новые товары, чтобы привлечь больше аудитории. Приведём несколько примеров новой и актуальной на данный момент продукции:

Т.к. бренд Scholl ориентируется на средства по уходу за стопами, то он может начать продвигать обувь собственного производства для комфортной ходьбы. Не всякие производимые этой компанией стельки будут удобны для нашей обуви. Так почему же не производить собственную?

Бренд может расширить ассортимент своей продукции в новом для них сегменте, который также связан с уходом за ногами. Это могут быть аппараты для маникюра и педикюра, различные пилочки для ногтей. Ведь в данный момент можно наблюдать увеличение продаж в секторе ухода за ногтями.



Стельки бренда  
Scholl



Педикюрный набор



Аппарат для маникюра

## РЕШЕНИЕ

### Новые акции

Мы предлагаем компании не отставать от других популярных брендов и устроить свою систему бонусов и скидок. Обычно акции по типу 1+1 работают просто чудесно на покупателя, ведь каждый из нас хотел бы сэкономить. Также можно устраивать акции «День семьи», когда можно получить хорошую скидку, приходя с семьей, а также создать такие акции и для друзей. Это поможет привлечь покупателя и повысить продажи. Акции дадут ещё больший успех, если будет интерактив с потребителями.

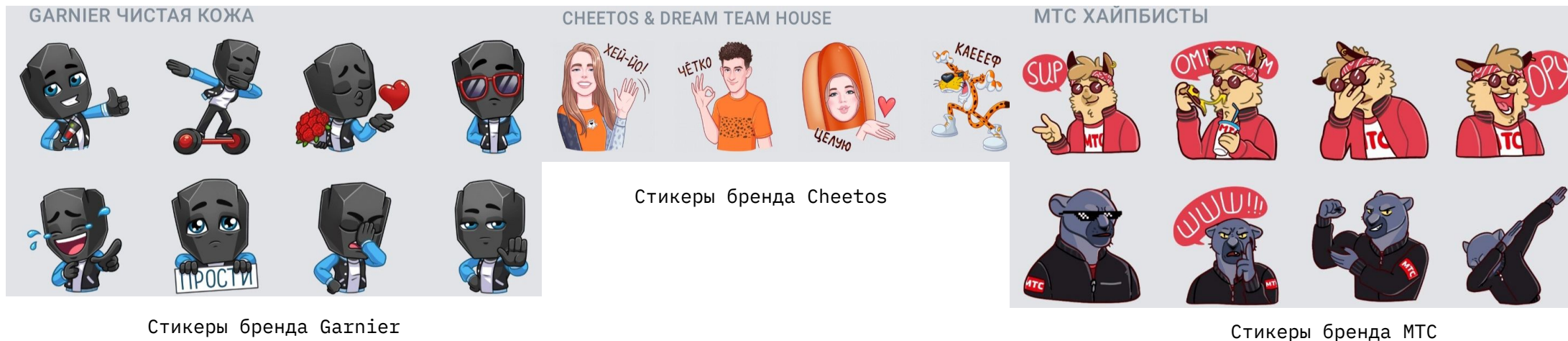


Пример акции Scholl

# РЕШЕНИЕ

## Реклама у блогеров и на популярных площадках

В 2022 году блогеры пользуются большой популярностью среди огромного количества людей и захватывают разную целевую аудиторию. Именно поэтому брать рекламу у медийных личностей – отличный способ поднять продажи своего продукта. Особенно это лучше делать у тех, кто может оригинально преподнести товар. Также многие узконаправленные бренды продвигают себя на популярных интернет-площадках, включая такие социальные сети, как Вконтакте, Instagram, Tiktok. Также многие бренды создают интерактив со своими покупателями. Таким примером служит бренд Cheetos: ради повышения продаж были созданы стикеры со маскотом компании. Чтобы разблокировать их, нужно было купить продукцию от данной фирмы. Таким методом может воспользоваться и Scholl.



## ОЖИДАЕМЫЕ ИТОГИ

**Разработав новую маркетинговую стратегию продвижения продукции Scholl, мы ожидаем увидеть следующие результаты:**

- Укрепление позиции бренда на рынке beauty & personal care
- Привлечение новых клиентов и удержание старых. Расширение клиентской базы.
- Развитие компании в новых секторах продукции
- Рост продаж и вследствие этого расширение линейки продукции и её видов



**СПАСИБО**

Самарский государственный  
технический университет

<https://samgtu.ru/>

$\pi$