

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/esse/222764>

**Тип работы:** Эссе

**Предмет:** Стратегический менеджмент

-

1. Представим анализ компании «Победа» согласно четырехфакторной модели, согласно которой покупке предшествуют: осведомленность (Awareness),

Победа - бюджетная авиакомпания, 100% акций принадлежат «Аэрофлот». «Победа» выполняет регулярные рейсы по внутренним и международным направлениям.

На российском рынке в лоукост сегменте авиаперевозок людей «Победа» является единственным представителем и имеет ряд уникальных конкурентных преимуществ: быстрый разворот самолета, высокая эффективность сотрудников.

Представим анализ по вышеуказанным 4 факторам:

1) осведомленность (Awareness) – «Победа» использует все основные коммуникационные каналы со своими потенциальными потребителями:

- наружную рекламу (билборды, штендеры, рекламы на транспорте),
- рекламу по телевидению,
- рекламу в youtube,
- рекламу в поисковых системах Яндекс и Google,
- рекламу в почтовых ресурсах (банерную),
- интернет-сайты, продающие авиабилеты aviasale.ru, tutu.ru и другие,
- собственный интернет-сайт,
- системы бронирования, предназначенные для самостоятельных туристов,
- рекламу на сайтах и порталах туристического профиля,
- рекламу в социальных сетях.

Таким образом, целевая аудитория имеет высокую осведомленность о деятельности компании и ее конкурентных преимуществах.

-

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/esse/222764>