

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/223033>

Тип работы: Эссе

Предмет: Стратегический менеджмент

-

1. Компания «WorldClass» - сеть фитнес-клубов премиального уровня, представленная более чем 100 клубами в крупных городах России.

Компания предоставляет клиентам высокий уровень качества и ассортимент групповых и индивидуальных тренировок, современное оборудование и инфраструктуру (бассейн, зоны отдыха и т.п.).

Представим анализ по вышеуказанным 4 факторам:

1) осведомленность (Awareness) – «World» для продвижения и формирования осведомленности использует следующие средства коммуникаций:

- наружную рекламу (билборды, стендеры, рекламы на транспорте),
- рекламу по телевидению,
- рекламу в youtube,
- рекламу в поисковых системах Яндекс и Google,
- рекламу в почтовых ресурсах (банерную),
- интернет-сайты, ориентированные на ЗОЖ и спорт,
- event-продвижение,
- рекламу в профильных журналах,
- радио-рекламу,
- собственный интернет-сайт,
- рекламу в социальных сетях.

Таким образом, практически каждый, кто хоть как-то интересовался спортом имеет представление о «WorldClass». Уровень осведомленности высокий.

2. Приемлемость (Acceptability) – учитывая премиальность сегмента, в котором развивается компания, и который по сути она создала в России, уровень приемлемости достаточно ограничен для всех желающих заниматься спортом в спорткомпаниях, но приемлем для целевой аудитории с доходом средний+.

-

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/223033>