



प्रचार अभियान “25 दिन औशान”

डेड-लाइन: 06.07.2008 23:59 GMT

ब्रांड: Auchan

क्षेत्र: व्यापार

देश: Italy

वर्ग: अबव द लाइन : वेब, रेडियो, प्रिंट; बिलो द लाइन : बिक्री के लिए प्रचार

प्रकाशित: 03.06.08 02:25 GMT

Budget: \$15 040

स्थिति: बंद हो गया

Solution की भाषा: अँग्रेज़ी, इतालवी, फ्रान्सीसी

1 Step ब्रांड का Builder

[BootB Creators के लिए BootB Brief कौन लिख रहा है ?]

आधुनिक वितरण फुटकर बाजार

(सुपर एवं हाइपर बाजार) में औशान एक प्रमुख बहुदेशी कंपनी है जो क्रोइक्स

(फ्रांस)

में आधारित है और दुनिया भर में करीबन 200,000 लोगों को नियोजित करती है।

एक आदर्श औशान हाइपर बाजार (बहुत बड़ा सुपर बाजार

) खरीददारी के किसी बड़े केंद्र में स्थित होता है और

करीबन 60,000 तरह के उत्पाद प्रस्तुत करता है (खाना, कपड़े, निजी देखभाल का सामान और घरेलू इलेक्ट्रॉनिक

उपकरण)। उसमें खाद्य एवं गैर-खाद्य विभागों के लिए बड़े बहुउद्देश्य क्षेत्र हों सकते हैं।

यह brief औशान इटली के बारे में है।

2 Step परियोजना का ध्येय/विवरण

[ब्रांड का Builder क्या प्राप्त करना चाह रहा है ?]

इस परियोजना का नाम है “25 दिन औशान।

इन पच्चीस दिनों के दौरान औशान अपने ग्राहकों के लिए एक विशेष समारोह का आयोजन करता है और वर्ष के सबसे अच्छे खरीदारी प्रस्ताव पेश करता है।

उद्देश्य है एक अपूर्व विज्ञापन अभियान चलाना जो इस समारोह के महत्व को उजागर करे, बिक्री को चरम सीमा तक

बढ़ाए और औशान के ब्रांड की छवि को अधिक मजबूत करे (विशेष रूप से “सुविधा का प्रतीक”वाली छवि को)।

खास तौर से हम चाहेंगे कि निम्नलिखित का प्रयोग किया जाए :

1) अभियानों के लिए “प्रछत्र” संकल्पना।

2) संकल्पना को निम्नलिखित तरीकों से संप्रेषित करना:

क. रेडियो: एक वाणिज्यिक पाठ पढ़कर।

ख. पोस्टर: अंतिम अभिकल्पना या रेखाचित्र।

ग. वेब पताका (बैनर)।

घ. विज्ञापन प्रचार पर्ची (खाद्य एवं गैर-खाद्य प्रस्तावों के बीच के अंतर को ध्यान में रखते हुए

)।

3 Step लक्षित दर्शक

[आपको किसे प्रभावित करना चाहिए ?]

सभी “सेल (छूट) के खोजी” या “सर्वश्रेष्ठ सामान चुनने वाले” जिससे निम्नलिखित परिणाम मिल सकें:

∞ औशान की दुकान में उनका पहली बार जाना, यदि वे औशान के ग्राहक न हों, (एक ऐसे देखने जाने का अवसर जो हम आशा करते हैं उनको वफादार ग्राहक बना देगा);

∞ पुराने ग्राहकों के लिए औशान की दुकान में जाने का एक ऐसा अवसर जिसको वे चूकना नहीं चाहेंगे।

इस बात पर ध्यान दें कि यह अनूठा प्रचार केवल ब्रांड के साधारण लक्ष्य -समूहों के प्रति केंद्रित नहीं है, यानी वे जो क्रय करने की जिम्मेदारी निभाते हैं, बल्कि सभी संभाव्य ग्राहकों के लिए है।

4 Step प्रस्ताव

[ब्रांड, लक्षित दर्शकों को / से क्या बताना / समझाना / करवाना चाहता है ?]

औशान आपको इन अपूर्व "25 दिनों" में भाग लेने के लिए आमंत्रित करता है जिसके दौरान , औशान आपको ऐसे मूल्यों पर नवीन-नवीन उत्पाद खरीदने का अवसर प्रदान करेगा जो पहले कभी नहीं देखे गए होंगे। सुविधा की असली जीत।

यह पेशकश 25 दिनों के लिए उपलब्ध होगा।

ध्यान दें:

∞ इस प्रस्ताव में विशिष्ट प्रस्तावों पर (जो साधारणतः विशेष विभाग या मौसमी उत्पादों से संबंधित होते हैं) उतना जोर नहीं होगा, जितना कि सभी उत्पादों में सर्वश्रेष्ठ पेशकश उपलब्ध कराने पर। इसलिए प्रस्ताव में वह आश्चर्यचकित करने वाली भावना प्रकट होनी चाहिए जो "सर्वश्रेष्ठ उत्पाद और सबसे अनुकूल मूल्य" इन दोनों के दुहरे आकर्षण से बनती है।

∞ यह पेशकश (उत्पाद) बड़े परिमाण में और गारंटीकृत मात्रा में उपलब्ध होगा है।

(वस्तुओं की संख्या का ब्यौरा उपलब्ध है)।

∞ "औशान की दुकान में तुरंत जाने" की अभिकल्पना, क्योंकि वार्षिकोत्सव का यह प्रस्ताव समय एवं उपलब्धता दोनों की दृष्टि से सीमित है।

5 Step सहायता

[लक्ष्य समूह को आपके प्रस्ताव पर विश्वास क्यों करना चाहिए ?]

यह वादा विश्वसनीय होगा क्योंकि औशान पहले से ही एक ऐसे ब्रांड के रूप में पहचाना जाता है जो बहुत विस्तृत विकल्प और सुविधा प्रदान करता है;

इन 25 दिनों में सभी उत्पादों का दाम उनके ब्रांड के मौजूदा असाधारण अल्प मूल्य से भी कम होगा।

6 Step चरित्र

[ब्रांड की कौन-सी विशेषताएं उसके व्यक्तित्व को निर्धारित करती हैं ?]

'25 दिनों' के इस संप्रतीक पर जोर देते हुए औशान के

"सुविधा की शक्ति"वाले नारे को नजरंदाज नहीं किया जा

सकेगा क्योंकि यह औशान के ब्रांड का केंद्रीय तत्व है।

7 Step मीडिया प्लान / प्लेसमेंट

[आपकी रचना कहां दिखाई देगी ?]

इस प्रचार के दौरान मीडिया योजना में निम्नलिखित का अनुमान किया जाता है :

∞ 30 और 10 सेकंड के रेडियो विज्ञापन (स्पोट)।

∞ 6x3 और 1.4x2 मीटर के पोस्टर।

∞ दैनिक पत्रिकाओं के लिए विज्ञापन पन्ना।

∞ दुकानों में एवं प्रत्यक्ष डाक के द्वारा विज्ञापन संबंधी प्रचार पर्ची का वितरण।

इस बात पर ध्यान दें कि, "उत्पादों"के संप्रेषण के लिए कई विषय हो सकते हैं (प्रत्येक सप्ताह एक से अधिक उत्पाद को विशिष्ट रूप से दर्शाया जाएगा।)

8 Step अतिरिक्त निष्पादन तत्व

[और भी कोई जानकारी जो ब्रांड आपको देना चाहता है]

जहां तक अनिवार्य तत्वों का संबंध है उनमें केवल निम्नलिखित शामिल हैं :

∞ "25 दिन औशान" जो प्रचार का नाम है।

∞ औशान का प्रतीक चिह्न।

∞ प्रस्तावित उत्पाद, जो इस आश्चर्यजनक प्रस्ताव को प्रमाणित करते हैं।

∞ "सुविधा की शक्ति" वाला नारा।

∞ इस प्रस्ताव की अनन्यता की संकल्पना ("केवल औशान यह कर सकता है...")

∞ संप्रेषण – प्रचारात्मक कम और सूचनापरक अधिक – उत्पादों की उपलब्ध मात्राएं और प्रस्तावों की मान्यता की

अंतिम तिथियां।

- प्रस्तावों की ठीक-ठीक समय सीमा (जिसे निष्पादन चरण में डाला जाएगा)।

- उत्पाद तब तक उपलब्ध होंगे जब तक कि वे बिक न जाएं।

यह वांछनीय है, किंतु बाध्यकारी नहीं, कि औशान के कर्मचारियों और ग्राहकों को अभियान में दिखाया जाए।

