

Пример удачной маркетинговой инновации на российском рынке

Calgon – по результатам исследования, многие хозяйки добавляют его при стирке, но никто не уверен: действительно он работает или нет.

«Я использую «Калгон» для стиральной машины, тоже из-за рекламы в основном. Так страшно, когда мужчина приходит: «Ваша машина умерла»...

«Реклама Калгон – тоже многообещающе, но на самом деле просто смягчает воду, но накипь не снимает»...



- **Подход Calgon:**

- Базовые эмоции: страх перед поломкой бытовой техники, знания о накипи
- Структурирование эмоций: накипь уничтожает стиральную машину;
- Формирование потребности: избежать образования накипи в стиральной машине;
- Побуждение к покупке: Calgonit предотвращает образование накипи;
- Подтверждение выбора: рекомендации фирм – производителей.

