

НИКА: РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ – ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ

Спустя три месяца после старта ребрендинга часовой компании НИКА мы наблюдаем за ее первыми шагами навстречу конечным потребителям. И рекламная кампания – самое естественное и закономерное продолжение истории нового образа НИКИ.

В сентябре 2010 года в торжественной обстановке выставки Junwex Москва НИКА представила публике новую фирменную символику. Публика – профессиональное сообщество и журналисты – доброжелательно восприняла новость о ребрендинге и изменениях в жизни часовой компании, ведущего производителя ювелирных часов и аксессуаров. И вплоть до ноября сохранялась интрига: каким образом будет проведена масштабная рекламная кампания – впервые в истории НИКИ.

Новый образ НИКИ первыми в полной мере оценили клиенты во Владивостоке, Красноярске, Краснодаре и Белгороде. Именно в этих городах стартовала кампания. Безусловно, география в дальнейшем будет только расширяться, как и дистрибьюторская сеть, насчитывающая уже более 7000 магазинов-партнеров во всех уголках России. В ходе рекламной кампании, которая началась 15 ноября 2010 года и продлится до конца марта 2011 года, задействованы медийные каналы коммуникации и реклама в местах продаж. Слоган, выбранный для кампании, – «НИКА. Роскошь в подарок!» – напоминает о предстоящей череде праздников и формирует понятие престижа и изящества, которое НИКЕ как бренду важно донести до своей аудитории.

Рекламная кампания решена, условно говоря, в классическом стиле, который традиционно выбирают клиенты НИКИ – постоянные и потенциальные. От ведущего российского производителя ювелирных часов и аксессуаров ждут известной доли консерватизма – синонима стабильности и постоянства. И в рекламной кампании ставка делалась в первую очередь не на призывную эпатажность, а на высокий уровень организации.

Развернутые медиапланы рекламных публикаций и объемы рекламных поверхностей – это лишь самая очевидная часть работы по подготовке кампании. Между тем в НИКЕ предусмотрели даже координацию работы службы горячей линии в предвосхищении вспышки интереса к рекламной кампании. Специалисты call-центра готовы предоставить исчерпывающую информацию о рекламной активности НИКИ.

Эффективность наружной рекламы, а также рекламы в региональной прессе и на радио уси-

ливается еще и за счет рекламы в местах продаж. С этой целью компания предоставляет своим партнерам все необходимые POS-материалы: плакаты, фотопостеры, листовки, имиджевые каталоги, а также фирменные открытки, рассказывающие о волшебном превращении компании НИКА. Подробные рекомендации по использованию этих материалов – еще одно подтверждение щепетильного отношения НИКИ к партнерам, клиентам, покупателям и своей продукции, которой предстоит большое будущее.

Прогнозы по эффективности рекламной кампании – самые благоприятные. НИКА всегда славилась умением предпринимать нужные шаги своевременно и в правильном направлении. Актуальность такого масштабного рекламного проекта, как «Роскошь в подарок от НИКИ», не вызывает сомнений: перед компанией стоит задача укрепления позиций бренда, а предпраздничное время обещает лояльность клиентов и положительную динамику продаж.

«Вы цените каждую минуту? Значит, впереди у вас много счастливых часов!» – вещает импозантный мужской голос на десятке региональных радиостанций. Те же слова можно прочесть во взгляде девушки с рекламного щита. Простая и элегантная мысль обращена к миллионам мужчин и женщин, для которых НИКА производит свои роскошные часы и аксессуары. Почва для рекламы была подготовлена за 7 лет упорного труда и успешного восхождения компании к сегодняшнему положению лидера в своем сегменте. Спустя 7 лет со дня основания пришло время представить НИКУ широкой публике в новом образе. Образе, родившемся благодаря желанию создавать красивые и функциональные вещи, воплощая в жизнь бессмертные мечты людей – о времени, роскоши и счастье.



НИКА

ЮВЕЛИРНЫЕ ЧАСЫ И АКСЕССУАРЫ

ТД «Ника»

115407, Москва, ул. Речников, 17, корп. 2

Тел./факс: +7 (495) 988 73 33

www.nikawatches.ru