

# ЧАСЫ ВЫСШЕЙ ПРОБЫ: «НИКА» ЗАПУСТИЛА ФЕДЕРАЛЬНУЮ РЕКЛАМНУЮ КАМПАНИЮ!

**Часовая компания «Ника» – лидер российского рынка ювелирных часов – 1 ноября 2011 года запустила масштабную федеральную рекламную кампанию. «НИКА. Часы высшей пробы» – именно под таким слоганом пройдет кампания, которая обещает стать запоминающимся событием для российского рынка ювелирных часов.**

Год назад, запуская процесс ребрендинга, «Ника» анонсировала проведение рекламной кампании – следующего этапа на пути к построению сильного бренда. Первые шаги в этом направлении были сделаны в ноябре прошлого года – тогда была проведена рекламная кампания в четырех регионах: Владивостоке, Красноярске, Краснодаре и Белгороде. В этом году пришел черед более масштабных действий – федеральная рекламная кампания «Ники» изменит существующие представления о рекламе ювелирных часов на отечественном рынке.



Рекламная кампания стартовала 1 ноября 2011 года и продлится вплоть до марта 2012 года, включая весь высокий сезон продаж – предновогодний период и преддверие февральских и мартовских праздников. Рекламный ролик «Ники», снятый по мировым стандартам рекламной индустрии, размещен на самых рейтинговых телеканалах страны, а также популярных кабельных телеканалах. В съемках ролика была задействована европейская команда, включая режиссера с мировым именем Raf Wathion, работающего с такими брендами, как Lexus и Audi, и одну из лучших в мире студий 3D-графики – TRIZZ.

Телевизионная рекламная кампания «Ники» поддержана размещениями в федеральных гляцевых изданиях, на центральных интернет-площадках, а также в средствах наружной рекламы в крупнейших городах России. Для рекламы в прессе были выбраны лучшие женские и мужские журналы, которые знают и любят читатели на всей территории страны. Медийная и контекстная реклама «Ники» размещена на главных интернет-площадках и самых популярных отечественных социальных сетях. Кроме того, для достижения максимального эффекта кампании «Ники» предоставила своим партнерам все необходимые POS-материалы для рекламы в местах продаж. По итогам кампании планируется охватить не менее 80% целевой аудитории.

Масштаб рекламной кампании «Ника» действительно поражает. Для российского часового рынка подобное событие вызывает интерес в силу того, что медиаактивность российских производителей незначительна: в 2010 году 98% всех рекламных размещений приходилось на европейские часовые бренды.

Для «Ники», активно занимающейся построением успешного бренда, это первая масштабная федеральная кампания, направленная именно на конечного потребителя. Слоган рекламной кампании – «НИКА. Часы высшей пробы» – как нельзя лучше отражает высокую ценность и надежность часов «Ника». Повышение узнаваемости среди населения России, а также усиление имиджевой составляющей бренда станут закономерным результатом этой масштабной маркетинговой инициативы. Федеральная кампания закрепит безоговорочное лидерство компании «Ника» на рынке ювелирных часов.