

НИЕ В БАР РАБОТИМ
ЗА ЕДНА ПО-ПРОФЕСИОНАЛНА И ПО-ЕТИЧНА ПАЗАРНА СРЕДА, КОЯТО ДАВА НАДЕЖДА ЗА УСПЕШНА РЕАЛИЗАЦИЯ В БЪЛГАРИЯ. ПРЕЗ 2017Г. ВДИГНАХМЕ ЛЕТВАТА ОЩЕ ПО-ВИСОКО.



”**ОТПРАВИХМЕ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО КЪМ ВСИЧКИ. ПРЕДСТАВЯМЕ ПОБЕДИТЕЛИТЕ.**”

КИРИЛ ХАДЖИДИНЕВ, ПРЕДСЕДАТЕЛ НА УС НА БАР



МОБИЛТЕЛ ПРЕДСТАВЯ КАМПАНИЯТА:
MTEL SPORT LAUNCH

ОТЛИЧЕНА ЗА “НАЙ-ДОБЪР МАРКЕТИНГОВ ЕКИП”

В КАТЕГОРИЯ “НОВ КОРПОРАТИВЕН БРАНД”

ОЩЕ ПОВЕЧЕ СПОРТ С НОВИТЕ ТВ КАНАЛИ ОТ МТЕЛ



ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТО ПРЕД НАС

ЛАНСИРАНЕТО НА СПОРТНИТЕ КАНАЛИ НА МТЕЛ Е СТРАТЕГИЧЕСКА СЪПКА ЗА СПРАВЯНЕ С УСЛОВИЯТА НА КОМОДИТИЗАЦИЯ НА ТЕЛЕКОМ ПАЗАРА ЧРЕЗ ИНОВАТИВНА СТРАТЕГИЯ ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО. ТОВА ОБАЧЕ ИЗПРАВИ МАРКЕТИНГОВИЯ ЕКИП ПРЕД СЕРИОЗНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА:

- АДАПТИРАНЕ НА НАСТОЯЩИЯ ЕКИП КЪМ НОВИЯ ПРОДУКТ И ПАЗАР;
- ИЗГРАЖДАНЕ НА ПОЗНАВАЕМОСТ НА МАРКАТА - МТЕЛ НЕ Е ПОЗНАТ И АСОЦИИРАН КАТО ДОСТАВЧИК НА СОБСТВЕНО СЪДЪРЖАНИЕ;
- НАВЛИЗАНЕ В СИЛНО КОНКУРЕНТНИЯ ТВ ПАЗАР;
- РАЗПОЛАГАХМЕ С ОГРАНИЧЕН КОМУНИКАЦИОНЕН РЕСУРС В СРАВНЕНИЕ С МЕДИЙНИТЕ ГРУПИ, С КОИТО СЕ КОНКУРИРАМЕ.

ИНСАЙТЪТ НИ

СПОРТЪТ Е НЕ САМО СТРАСТ ИЛИ ХОБИ ЗА ФЕНОВЕТЕ, НО НАЧИН НА ЖИВОТ И САМО-ИЗРАЗЯВАНЕ.

СПОРТЪТ НОСИ АДРЕНАЛИН, СПОДЕЛЕНА ЕМОЦИЯ И ДАВА НА ХОРАТА ПРЕЖИВЯВАНИЯ, КОИТО СА ТОЛКОВА РЕАЛНИ, ЧЕ ВСЕ ЕДНО СА СОБСТВЕНИ. ЗАТОВА КОМУНИКАЦИЯТА НА МТЕЛ SPORT СЕ СРЕДОТОЧИ ИМЕННО В СИЛНАТА ВРЪСКА МЕЖДУ ФЕНОВЕТЕ И ЛЮБИМИТЕ ИМ СПОРТОВЕ ЧРЕЗ НАЛАГАНЕ НА ОСНОВНИТЕ ПРЕДИМСТВА НА СЪДЪРЖАНИЕТО НА КАНАЛИТЕ.

ИДЕИТЕ, КОИТО ПРЕВЪРНАХМЕ В ЦЕЛИ

- ЦЕЛ 1:** **БИЗНЕС:**
• ДА ДОПРИНЕСЕМ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА ЦЯЛОСТНИТЕ БИЗНЕС РЕЗУЛТАТИ НА МТЕЛ ЗА СЕГМЕНТА „УСЛУГИ ЗА ДОМА“, КАТО ПОВИШИМ ПРИХОДИТЕ ОТ АБОНАТ ПОСРЕДСТВОМ АБОНИРАНЕТО ЗА КАНАЛИТЕ МТЕЛ SPORT.
- ЦЕЛ 2:** **БРАНД:**
• ДА ПОСТИГНЕМ ТОМ AWARENESS НА МЪЖЕ 18-45 – 4% И ПОДПОМОГНАТА ПОЗНАВАЕМОСТ НА ЦЯЛАТА АУДИТОРИЯ – 20%;
• ДА ПОСТИГНЕМ AD LIKING НАД УСТАНОВЕНИЯ БЕНЧМАРК.
- ЦЕЛ 3:** **ТВ ГЛЕДАЕМОСТ:**
• ДА СЕ ИЗКАЧИМ В ТОП 5 НА НАЙ-ПРЕДПОЧИТАНИТЕ СПОРТНИ КАНАЛИ;

КАКВО НАПРАВИХМЕ



СТРАТЕГИЧЕСКИЯ ПОДХОД НА КАМПАНИЯТА СЕ РЕАЛИЗИРА В 360-ГРАДСОВА КОМУНИКАЦИЯ, КОЯТО ДА РАБОТИ ЕДНОВРЕМЕННО ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА НОВИЯ БРАНД, КАКТО И ПЛАВНО ДА МИНАВА ПРЕЗ ВСИЧКИ ЕТАПИ НА ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ИЗЖИВЯВАНЕ, КАТО ИЗГРАЖДА УСТОЙЧИВА И ЦЕЛЕНАСОЧЕНА КОМУНИКАЦИЯ ЗА ВСЯКА ФАЗА.



ЗА ВСЕКИ ЕТАП БЯХА АНГАЖИРАНИ ВЪТРЕШНИ И ВЪНШНИ КАНАЛИ И СТИКОВАНЕТО И РАБОТАТА В ЕКИП БЕШЕ ОТ РЕШАВАЩО ЗНАЧЕНИЕ ЗА УСПЕШНОТО ВЪВЕЖДАНЕ НА НОВИЯ БРАНД.

- ОТДЕЛ ПРОДУКТИ И УСЛУГИ – ИДЕНТИФИЦИРА БИЗНЕС ВЪЗМОЖНОСТТА И СЕЛЕКТИРА СПОРТНОТО СЪДЪРЖАНИЕ, КОЕТО ДА ПРЕДЛАГАТ НОВИТЕ КАНАЛИ;
- ОТДЕЛ УПРАВЛЕНИЕ НА БРАНДА – СЪЗДАДЕ ОПАКОВКАТА НА КАНАЛА, ИЗГРАДИ БРАНД КОМУНИКАЦИЯТА, АРХИТЕКТУРАТА И ЦЕННОСТИТЕ НА БРАНДА; КАКТО И СТРАТЕГИЧЕСКОТО РАЗГРЪЩАНЕ НА ЦЯЛАТА КАМПАНИЯ;
- ОТДЕЛ ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ – СЪЗДАДЕ ДИГИТАЛНИТЕ СОБСТВЕНОСТИ НА НОВИЯ СПОРТЕН КАНАЛ;
- ОТДЕЛ ТЪРГОВСКИ МАРКЕТИНГ – СЪЗДАДЕ КОМУНИКАЦИЯТА В МАГАЗИНИТЕ НА МТЕЛ

КАКВО ПОСТИГНАХМЕ

РЕЗУЛТАТ 1: ПОВИШИХМЕ СТОЙНОСТТА НА ПРИХОД НА АБОНАТ С 3.5% ЗА ПЪРВОТО ПОЛУГОДИЕ НА 2017 СРАВНЕНО С ВТОРОТО ПОЛУГОДИЕ НА 2016-ТА ГОДИНА.

РЕЗУЛТАТ 2:
• ПОСТИГНАХМЕ ТОМ AWARENESS ОТ 5% ЗА ЦЕЛЕВАТА ГРУПА МЪЖЕ 18-45 (ПРИ ЗАЛОЖЕНА 4%) И САМО ЗА 6 МЕСЕЦА СЕ ДОБЛИЖИХМЕ ДО ПОКАЗАТЕЛИТЕ НА УТВЪРДЕНИ КАНАЛИ СЪС СПОРТНО СЪДЪРЖАНИЕ КАТО RING И MTV ACTION. НАДМИНАХМЕ ЗАЛОЖЕНАТА ЦЕЛ ЗА PROMPTED AWARENESS С 33%.

• НА НИВО ХАРЕСВАНЕ НА КАМПАНИЯТА ОТ АУДИТОРИЯТА, ПОСТИГНАХМЕ ВИСОКА ОЦЕНКА НЕ САМО КАТО ЦЯЛОСТНО УСУЩАНЕ, НО И ПРИ СРАВНЕНИЕ ПО ВСЕКИ ОТ ДОПЪЛНИТЕЛНИТЕ ЕЛЕМЕНТИ (DYNAMIC, INSPIRING, CASTING, SCENES, MUSIC).

РЕЗУЛТАТ 3: ПРЕЗ МАЙ 2017 СПОРТНИТЕ КАНАЛИ НА МТЕЛ СЕ НАРЕДИХА НА ЧЕЛНИТЕ ПОЗИЦИИ ЗА ГЛЕДАЕМОСТ НА СПОРТНИ КАНАЛИ ВЕДНАГА СЛЕД КАНАЛИТЕ НА ОИЕМА И MTV ACTION.

НАУЧЕТЕ ПОВЕЧЕ И ЗА ОСТАНАЛИТЕ

RAISING THE BAR

