

24/KA

PROJEKT CRAZYPAWS.EU

KLIENT ANIMALIS, s.r.o

POZADIE
PROJEKTU zvýšenie tržieb a povedomia e-shopu

ZADANIE zvýšenie tržieb, objednávok e-shopu, získanie nových klientov

TYP
KAMPANE

- kampaň pre e-shop www.crazypaws.eu
- komunikovať budeme produkty e-shopu
- podporovať značku CrazyPaws, jej povedomie a image

CIELE
KAMPANE zvýšenie:

- obratu e-shopu
- počtu objednávok e-shopu
- počtu nakupujúcich v e-shope a ich konverzia
- povedomia crazypaws.eu

HODNOTENIE
KAMPANE podstatné navýšenie

- objednávok
- tržieb
- ziskovosti
- % konverzie
- graf.zmena e-shopu ako napr. logo, dizajn, a pod

FORMÁT
KAMPANE

- Digital
- Social media
- Mobile
- on-line marketing

CHARAKTERISTIKA
SPOLOČNOSTI

Sme malá mladá rodinná firma, krátko pôsobiaca na trhu s PET produktami (cca 3 roky).
Ciele: zvýšenie tržieb (obratu) firmy, lepšia stabilita a povedomie na trhu, otvorenie novej predajne, rozšírenie portfólia ponúkaných produktov, zvýšenie predaja(obratu) e-shopu, prínos nových produktov, prípadný export do ČR, A

KONKURENCIA Podobné firmy ako sme my, podobné e-shopy, určitým spôsobom aj predajne.

ODLIŠNOSTI Ponúkame jedinečné produkty (98% dovážame od výrobcov a sme jediný dovozca), osobný prístup, sme aktívni chovatelia a poľovníci.

HLAVNÉ BENEFITY

- jedinečnosť
- takmer všetky produkty skladom
- rýchle dodanie
- pomer kvalita/cena
- osobný prístup + poradenstvo(sme aktívni chovatelia psov)
- navštevujeme akcie a výstavy psov

NEVÝHODY

- pre niektorých to môže byť cena
- pri e-shope nemožnosť vyskúšať veľkosti napr. oblečenia pre psov, prípadne kvalitu produktov

CIEĽOVÁ SKUPINA Mladí aktívni ľudia (pre výcvikové pomôcky ak napr. PULLER).
Ľudia 25-60r, zárobkovo činní ľudia, ktorí ešte nemajú deti - a majú psa, alebo ktorí už majú odrastené deti a psy sú členovia rodiny a potrpia si na kvalitu, pozerajú v prvom rade na kvalitu, nie na cenu, stredná a vyššia trieda, pes sa berie ako člen rodiny, chovatelia psov, pre veľkoobchod, predajne, e-shopy, vet kliniky a veterinári.

CIEĽ KOMUNIKÁCIE

- Čo si myslí cieľová skupina teraz?
Potrebujem kvalitné a pekné veci pre môjho "miláčika" za rozumunú cenu. Cena nie je prvý faktor rozhodovania.
- Čo chceme aby si cieľová skupina myslela potom?
Kúpil som to čo som chcel a som spokojný: kvalitnú a peknú vec, za primeranú cenu. Keď budem niečo potrebovať, znovu nakúpim.

KEY MESSAGE Ponúkame presne to čo hľadáte, niečo iné, výnimočné, kvalitné, pekné, moderné za primeranú cenu, aby ste boli s Vaším miláčikom spokojní.

**DOVÔD
UVERIŤ**

- Top racionálne argumenty
Sme aktívni chovatelia psov a poľovníci, zúčastňujeme sa výstav psov - sme k dispozícii aj cez víkendy a sviatky - vieme poradiť nie len z vlastných skúseností.
- Top emocionálne argumenty
Pozrite sa na našich psov :)

**ODMENA
A PRÍSLUB**

- Len to čo ponúkame
kvalitný tovar, primeranú cenu, široké portfólio produktov, poradenstvo, serióznosť, skúsenosti

**OSOBNOSŤ
A TÓN**

- "CRAZY" žiadna klasika a konzervatívnosť, niečo úplne iné, uletené, čo zaujme ľudí

**OBMEDZENIA A
POVINNOSTI**

- žiadne obmedzenia a povinnosti, "voľná ruka"