

# HITACHI

## Inspire the Next

Hitachi Power Tools Netherlands B.V. Moscow Branch Kashirskoye shosse, 65 Moscow Russia 115583 Tel.: <7> (095) 727-44-60, Fax: <7> (095) 727-44-61, E-mail: office@Hitachi-pt.ru

7 июня 2006 года. **НОВОСТИ КОМПАНИИ, №8**

### Дилеры Хитачи все активнее инвестируют в продвижение нашей марки и инструмента.

С приходом сезона и представительство и наши дилеры активизировали свою деятельность, в том числе и в плане организации мероприятий по продвижению нашей марки и инструмента. В предыдущих выпусках мы рассказывали о таких эффективных способах как семинары и обучение. Их эффективность объясняется в первую очередь качеством коммуникации: выбираются наиболее важные существующие или потенциальные потребители и информация подается в наиболее полном виде: и сам инструмент (возможность не только увидеть, но и потрогать, но и поработать) и возможность получить исчерпывающую консультацию специалиста. Понятно, что наш клиент в большинстве случаев представляет компанию или фирму и поэтому такие способы продвижения являются наиболее эффективными в плане вложенных денег и полученного результата.

В то же время некоторые дилеры считают возможным вложить средства в наружную рекламу или дополнительно в оформление магазина или места продажи. Примеры удачных акций приводятся ниже: это реклама в метро – около 20 лайтбоксов: компания 220В, С.Петербург, растяжка – компания Кратон, Хабаровск и наружная реклама – компания Гитана, Клайпеда, Литва.



# HITACHI

## Inspire the Next

Hitachi Power Tools Netherlands B.V. Moscow Branch Kashirskoye shosse, 65 Moscow Russia 115583 Tel.: <7> (095) 727-44-60, Fax: <7> (095) 727-44-61, E-mail: office@Hitachi-pt.ru



**GITANA**  
TECHNINIS TIEKIMAS

**www.gitana.lt**  
Tilžės g.60, Klaipėda



Некоторые компании предлагают достаточно интересные и креативные разработки дизайна такой рекламы (вспомним например гусеницу из Н.Новгорода компании Ордер). В тоже время нужно сказать что разрабатывая новые дизайны есть смысл вначале связаться с нашим отделом маркетинга – обычно у нас уже есть готовые идеи и разработки а также фотографии инструмента высокого разрешения. Это позволит сэкономить вам деньги, которые пришлось бы потратить на разработку и фотосъемку.

Кроме того, существуют некоторые корпоративные требования. Это не пустая формальность или бюрократия а необходимость сохранения так называемой идентичности бренда – если ее не придерживаться то со временем она размывается и допустим тот же логотип появляется в разных вариантах и создает впечатление что данной маркой занимаются совсем разные и разобщенные компании которые могут так или иначе изменять его (что в общем не является профессиональным подходом).

Таким образом, есть необходимость в случае разработки собственного дизайна консультироваться с представительством. Требования к корректному использованию логотипа и типичные ошибки приложены в отдельных файлах. Что касается общего фирменного стиля (это относится не только к рекламе, но и к оформлению мест продаж и пр. - есть общие рекомендации использовать цветовую гамму зеленый-белый-черный-серый (или металлик).

Надеюсь что общими усилиями мы и дальше будем продвигать известность и узнаваемость нашей марки в ассоциации с электроинструментом!