



УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Иванова Анна

директор Агентства
«Рекламный Дайджест»

Более 25 лет работает в сфере маркетинга,
куратор проекта по изданию книг о Томске,
кандидат философских наук,
путешественник, журналист, фотограф.



Россер Ривз

Реклама есть искусство внедрения
Уникального торгового предложения
в сознание наибольшего числа
людей при наименьших затратах



Основные черты хорошего УТП

Три главных условия хорошего продающего УТП:

1. Реклама должна сообщать потребителю о выгоде (материального или эмоционального характера).
2. Утверждение, лежащее в основе рекламы, конкуренты не могут повторить или пока не сделали этого (а значит, оно в восприятии потребителей становится уникальным).
3. Предложение должно быть настолько ярким и сильным, чтобы оно могло привлечь внимание потребителей.

Вопрос -задание

**Можете вспомнить пример
из рекламных сообщений
с сильным УТП?**





Функции рекламных сообщений

Рекламные сообщения должны вызвать у нас различные желания:

- поверить им;
- «положить» в память образ компании;
- почувствовать расположение к ней;
- захотеть купить то, что они предлагают;
- совершить покупку;
- рассказать остальным о своем опыте и многое другое.



Функция рекламы – привести в компанию посетителей

А дальше дело только за вами.
Станут ли посетители покупателями,
покупатели – клиентами, а клиенты –
постоянными и лояльными клиентами,
которые приведут к вам новых посетителей.



Вопрос -задание

Была ли реклама, которая
вызвала желание совершить
покупку? Что именно
вызвало ваше доверие?



Главные вопросы в рекламе

Четыре вопроса рекламной коммуникации

1

ЗАЧЕМ?

Зачем говорим?
Какую цель преследуем рекламой?
Какая у нас ключевая маркетинговая задача?

2

КОМУ?

К кому обращаемся?
Кто наши клиенты?
Как они мыслят?
Что они хотят?

3

ЧТО?

Что им предложить?
Чем их привлечь?
Как составить «вкусное» предложение?

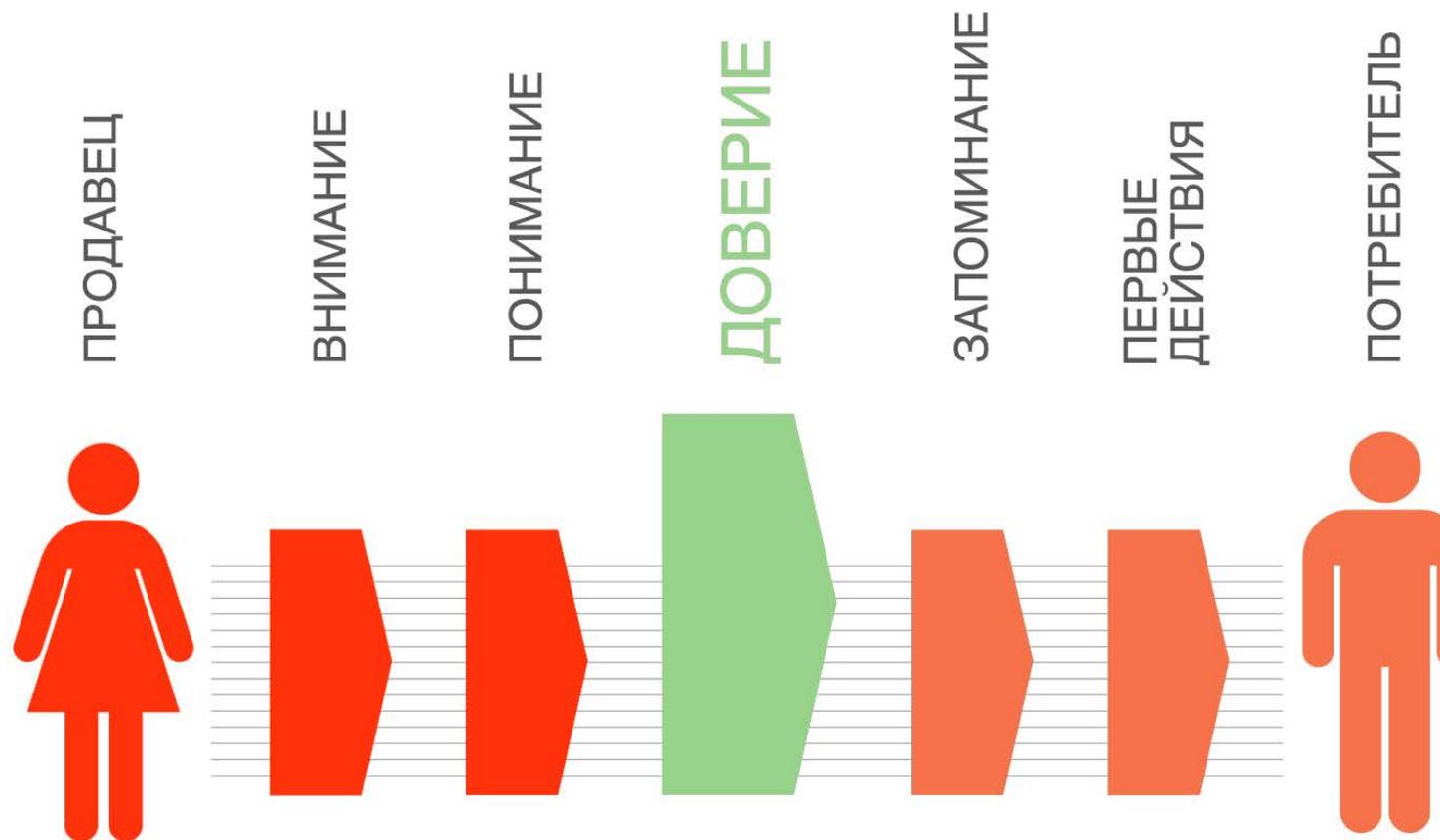
4

КАК?

Как это донести до клиентов?
Через какие носители?
Каким креативным решением?

Пять барьеров коммуникации

Пять барьеров коммуникации при донесении сообщения



РЕКЛАМА ДОЛЖНА ПРЕОДОЛЕВАТЬ ЭТИ БАРЬЕРЫ

Вопрос -задание

Можете вспомнить пример рекламы, которая эффективно обходит все барьеры коммуникации?



Три базовых правила УТП

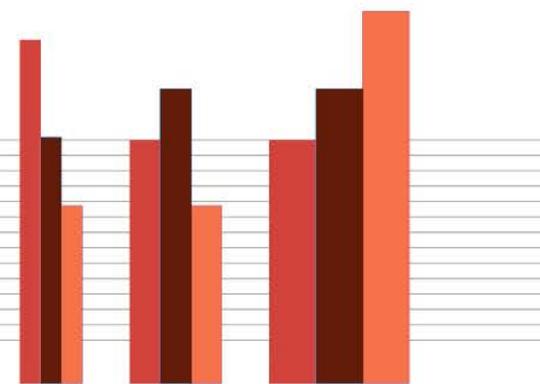
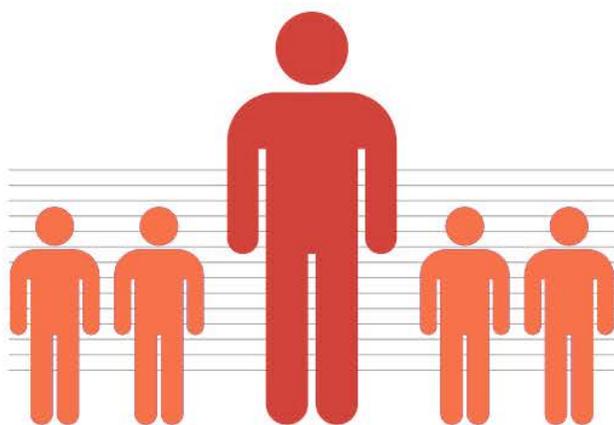
Что предложить?

Три базовых правила УТП – уникальное торговое предложение

ЧЕМ ТЫ
ОТЛИЧАЕШЬСЯ
ОТ ДРУГИХ?

ПОЧЕМУ Я
ДОЛЖЕН
ЭТО СДЕЛАТЬ?

ЧЕМ
ДОКАЖЕШЬ?



Рациональные преимущества

- ЦЕНОВЫЕ УТП
 - КАЧЕСТВЕННЫЕ УТП
 - СЕРВИСНЫЕ УТП
-

ЦЕНОВЫЕ УТП

Чем выше цена, тем более желанным становится товар в глазах покупателя.

*Дэвид Огилви,
предприниматель,
копирайтер*

Люди очень любят, чтобы было дешево; единственное, что они любят еще больше, – это когда что-то оказывается вообще бесплатным.

*Эрленд Лу,
писатель*

Ценности абстрактны, цены конкретны.

*Габриэль Лауб,
писатель, журналист*

Примеры ценовых УТП :

- БЕСПРОЦЕНТНЫЙ КРЕДИТ
- БОНУСНЫЕ КАРТЫ
- БЫСТРЫЙ РАСЧЕТ
- ВЫСТАВОЧНЫЕ ОБРАЗЦЫ
- ГРУППОВАЯ СКИДКА
- «ДВА ПО ЦЕНЕ ОДНОГО»
- ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ
- ДРОБЛЕНИЕ ОПЛАТЫ
- КЛУБНАЯ СКИДКА
- КОМБИНИРОВАННАЯ СКИДКА
- КРОСС-СКИДКА
- КРОССМАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА
- ЛОЯЛЬНОСТЬ
- «ЛЮБОЕ ДЕЙСТВИЕ»
- НАКОПИТЕЛЬНАЯ СКИДКА
- НАЛИЧНЫЙ РАСЧЕТ
- ОПЛАТА ПОСЛЕ ПОЛУЧЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА
- ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ИНТЕРВАЛЫ ВРЕМЕНИ
- «ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ»
- ОТКАЗ ОТ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
- ПАРТНЕРСКАЯ СКИДКА
- ПЕРВАЯ ПОКУПКА
- ПЕРСОНАЛЬНАЯ СКИДКА
- ПОДАРОК ЗА ПОКУПКУ
- ПОКУПКА НАПРЯМУЮ У ПРОИЗВОДИТЕЛЯ
- ПОКУПКА ОПРЕДЕЛЕННОГО КОЛИЧЕСТВА
- ПОКУПКА ЧЕРЕЗ САЙТ
- ПРАЗДНИЧНАЯ СКИДКА
- «ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ БРОНИРОВАНИЕ»
- ПРЕДОПЛАТА
- ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВОГО КЛИЕНТА
- ПРИВЯЗКА К ПАРАМЕТРАМ
- ПРОВОКАЦИОННАЯ СКИДКА
- «РАССТАВАНИЕ» СО СТАРОЙ ВЕЩЬЮ
- СЕЗОННЫЕ РАСПРОДАЖИ
- СКИДКА НА СРОК ОДИН ДЕНЬ
- СКОРОСТЬ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ
- СПЕЦИАЛЬНАЯ ЦЕНА
- СУММА ПОКУПКИ
- ТАЮЩАЯ СКИДКА
- УДЕРЖАНИЕ СТАРЫХ ЦЕН
- и другие

Вопрос -задание

Как часто вы встречаете
рекламу с ценовыми УТП?
Насколько она актуальная
для вас лично?



КАЧЕСТВЕННЫЕ УТП

Необходимо быть эталоном качества. Некоторые люди не привыкли к условиям, когда совершенство принимается как должное.

**Стив Джобс,
предприниматель**

Лучшая реклама любого товара – его качество.

**Томас Роберт Дьюар,
предприниматель**

Если вы сделаете быстро и плохо, то люди забудут, что вы сделали быстро, и запомнят, что вы сделали плохо. Если вы сделаете медленно и хорошо, то люди забудут, что вы сделали медленно, и запомнят, что вы сделали хорошо!

**Сергей Королев, ученый,
конструктор**

Примеры качественных УТП :

- ВЕДУЩИЕ ПОЗИЦИИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ
- ВЫСОКИЕ СТАНДАРТЫ
- ГАРАНТИЙНЫЙ СРОК СЛУЖБЫ
- ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ
- ДОСТУПНОСТЬ ТОВАРА...116
- КАЧЕСТВО УСЛУГ ЧЕРЕЗ ОТКАЗ ОТ ПРЕДОПЛАТЫ
- КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ
- КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ
- ЛИМИТИРОВАННОСТЬ
- ЛОЯЛЬНОСТЬ
- НЕОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЛА
- ПОДЛИННОСТЬ
- ПРОФЕССИОНАЛИЗМ
- СВЕЖЕСТЬ И НОВИЗНА
- СОБСТВЕННЫЕ ШКАЛЫ ОЦЕНОК
- СОТРУДНИЧЕСТВО С СОЛИДНЫМИ КЛИЕНТАМИ
- СПРАВКИ, СЕРТИФИКАТЫ
- УЗКАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ
- УНИКАЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ
- ЧИСТОТА И ГИГИЕНИЧНОСТЬ
- ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ
- ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

Вопрос -задание

Какие качественные УТП
вам кажутся наиболее
важными для рекламных
сообщений?



СЕРВИСНЫЕ УТП

Маркетинг состоит в том, чтобы распространить среди людей историю о ваших преимуществах, причем так, чтобы эти люди могли оценить их.

Сет Годин, писатель, оратор

Вы не можете принудить людей покупать ваш товар; вы можете лишь заинтересовать их в покупке этого товара.

Дэвид Огилви, предприниматель, профессиональный копирайтер

Маркетинг не имеет ничего общего с поисками хитрых способов избавиться от произведенного товара. Маркетинг – это искусство создания ценности для потребителя.

Филипп Котлер, профессор маркетинга

Примеры сервисных УТП :

- АРЕНДА ОБОРУДОВАНИЯ ИЛИ СПЕЦИАЛИСТА
- ВРЕМЕННОЕ ХРАНЕНИЕ ТОВАРА
- ДИЗАЙН-ПРОЕКТ
- ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ГАРАНТИИ
- ДОСТАВКА ТОВАРА
- ЗАМЕНА ТОВАРА
- КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ УСЛУГИ
- МОБИЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА
- НАБЛЮДЕНИЕ ОН-ЛАЙН
- НАПОМИНАНИЕ
- ОБУЧЕНИЕ ИЛИ СТАЖИРОВКА
- ПЕРЕВОДЫ С ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
- ПОДБОР ОПТИМАЛЬНОГО ВАРИАНТА ПО ЦЕНЕ
- ПОДЪЕМ ТОВАРА
- РАЗГРУЗКА ТОВАРА
- ТЕСТ-ДРАЙВ
- УДОБСТВО КЛИЕНТА
- УПАКОВКА ТОВАРА
- УСТАНОВКА
- ФОТО- И ВИДЕООТЧЕТЫ
- ХОРОШАЯ ИНФРАСТРУКТУРА
- ЮРИДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Вопрос -задание

Какие из сервисных УТП, на ваш взгляд, хорошо работают на усиление доверия к той или иной компании?



Эмоциональные преимущества

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Реклама – это способность чувствовать и передавать само сердцебиение бизнеса в словах, бумаге и чернилах

**Лео Бернетт,
рекламщик**

Единственные настоящие поэты нашего времени служат в рекламных агентствах.

**Теннесси Уильямс,
писатель**

Реклама должна объяснить нам, без каких излишеств мы не можем прожить.

**Эндрю Макензи,
модельер**

Примеры эмоциональных УТП :

- ВОЗРАСТ
- «ГРУППЫ ПО ИНТЕРЕСАМ»
- ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА
- ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ
- КРЕАТИВНОСТЬ ПЕРСОНАЛА
- ЛЕГЕНДЫ, ИСТОРИИ, МИФЫ
- МОТИВ РОДНЫХ МЕСТ
- ОБРАЗОВАНИЕ
- ПОЗНАВАТЕЛЬНОСТЬ
- СЕКСУАЛЬНОСТЬ
- УНИКАЛЬНОСТЬ
- УНИКАЛЬНЫЙ ИНТЕРЬЕР
- ФИШКА
- ЦИФРЫ
- ЧУВСТВО ЮМОРА



Вопрос -задание

Какая реклама приходит в голову первой, когда речь заходит об эмоциональном УТП?



Пожелания клиентов



Спасибо за внимание!
Удачи!

Книга 500+ уникальных торговых предложений

Книга адресована владельцам бизнеса, руководителям, топменеджерам - как опытным бизнесменам, так и тем, кто только начинает свой путь в предпринимательстве. Также эта книга будет полезна для руководителей отделов маркетинга и рекламы.

УТП, описанные в книге, можно применять компаниям любого масштаба. Нужно только скорректировать их под ваш рынок и собственный бизнес.

Здесь собраны более 500 примеров уникальных торговых предложений на 100 различных тем.



<http://500utp.ru>

