

ИЭФ. Продвижение в реальность

Ожидаемые сроки исполнения:

Один семестр (Февраль 2024 - Июнь 2024)

Заказчик

Бренд Vimbotwins

2024



Контекст

В какой области решаем проблему?

Маркетинг, реклама, информационные технологии, рынок молодежной одежды, шоурум, промоушн



Проблема

Что за проблема: кто пытается достичь какую цель и что мешает?

Кто?

Варвара Данилова, основатель бренда, Vimbotwins

Что хочет?

Найти наиболее эффективные каналы продвижения шоурума молодежной одежды

Что мешает?

Шоурум открыт в мультибрендовой торговой галерее, по соседству находятся магазины, предлагающие товары, ориентированные на схожий целевой сегмент рынка, поэтому трафик покупателей перемешан и может быть изначально привлечен соседями по торговой галерее.

Какие есть способы решения и почему они не подходят?

Пробовали спрашивать у покупателей, откуда они пришли, но те покупатели, которые пришли и не совершили покупку не склонны отвечать на вопросы продавцов; пробовали фиксировать в журнале количество покупок и примерок, но это не дало информации о том, откуда привлечен покупатель; пробовали вручную в таблице сопоставлять статистику продаж по ассортименту и количеству с продажами онлайн, но не выявили существенных совпадений.



МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Минтранс России



Транспортный
университет

