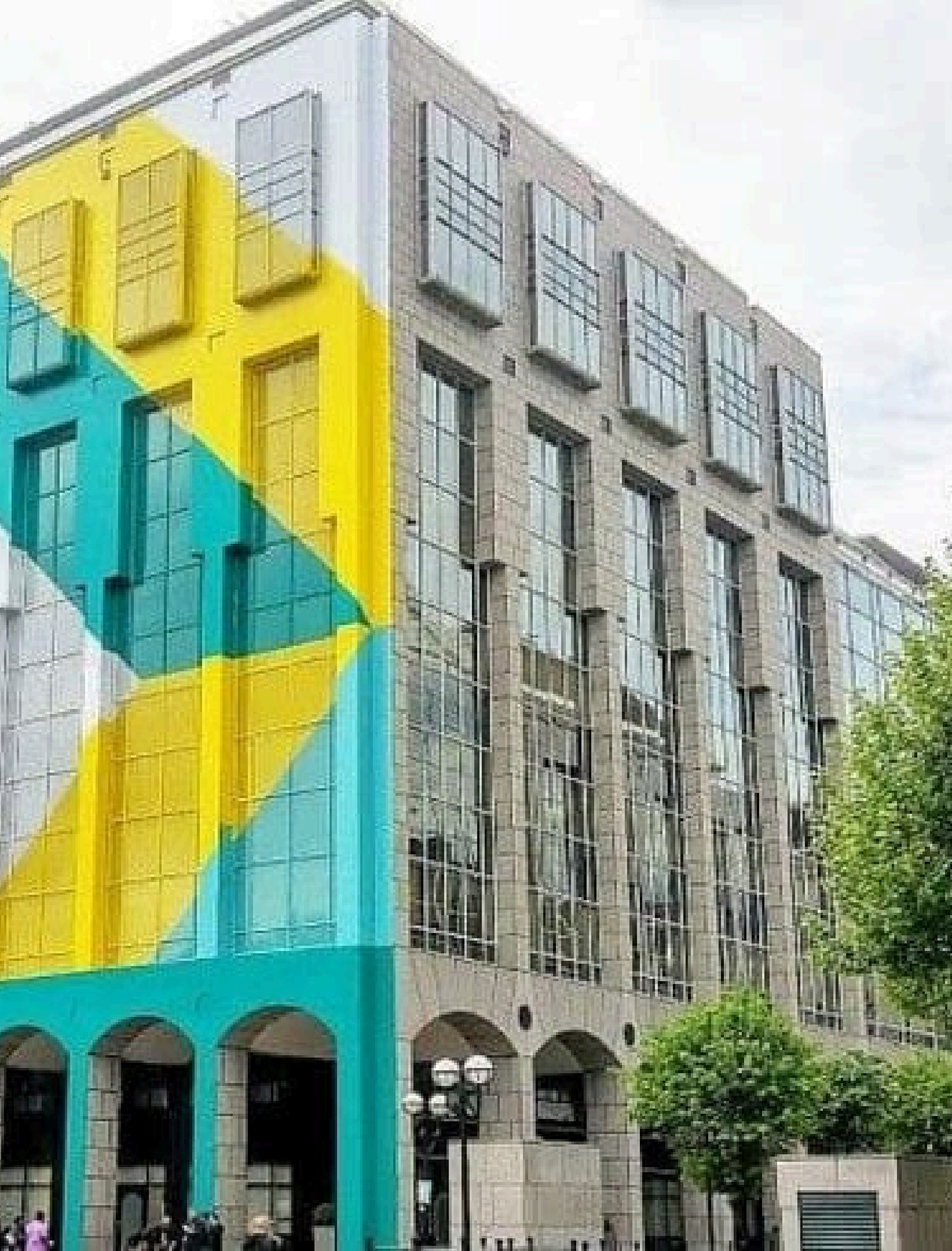




КОМПАНИЯ "ECOCOLOUR"

# Маркетинговый план

Обзор того, над чем мы работаем.



## ЭТО НАША ОСНОВНАЯ МИССИЯ

Производить экологически безопасные строительные краски высокого качества, не наносящие вреда здоровью и окружающей среде.

# Свойства наших красок

## БЕЗОПАСНОСТЬ

компания использует натуральные и безопасные химические соединения, чтобы создать безопасные для здоровья и окружающей среды краски, которые не содержат вредных веществ, таких как токсичные металлы или растворители.

## БЫСТРО СОХНЕТ

краски компании быстро высыхают, что позволяет экономить время и уменьшать время простоя при ремонте или строительстве.

## ОТСУТСТВИЕ РЕЗКОГО ЗАПАХА

компания производит краски без запаха, что делает их безопасными и приятными в использовании.

## ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО

краски компании обладают высоким качеством, что обеспечивает стойкость и долговечность покрытий.



# Основные цели на 2023 год

**УВЕЛИЧИТЬ УЗНАВАЕМОСТЬ  
КОМПАНИИ И ЕЕ ПРОДУКЦИЙ**

**УВЕЛИЧИТЬ КОЛИЧЕСТВО  
ПОСТУПАЮЩИХ ЗАЯВОК**



# ЧАСТЬ I

3 ключевые стратегии.  
Продвижение

# НАШИ КЛЮЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ НА ЭТОТ ГОД



Создание уникального дизайна упаковок: яркая цветовая гамма, привлекательный дизайн меток и этикеток



Рекламные кампании в социальных сетях: специальные предложения и акции, партнерство



Проведение демонстраций и мастер-классов, участие в выставках



УНИКАЛЬНЫЙ  
ДИЗАЙН УПАКОВКИ

## Цветовая гамма

Использование ярких цветов и разнообразия в цветовой палитре может сделать краски более заметными на полках магазинов.

## Материал

При выборе красок необходимо учитывать тип поверхности, условия эксплуатации, воздействие на окружающую среду, а также требования к безопасности и здоровью людей. Использование экологических красок может быть предпочтительным, так как они более безопасны для здоровья и окружающей среды.

## Объем

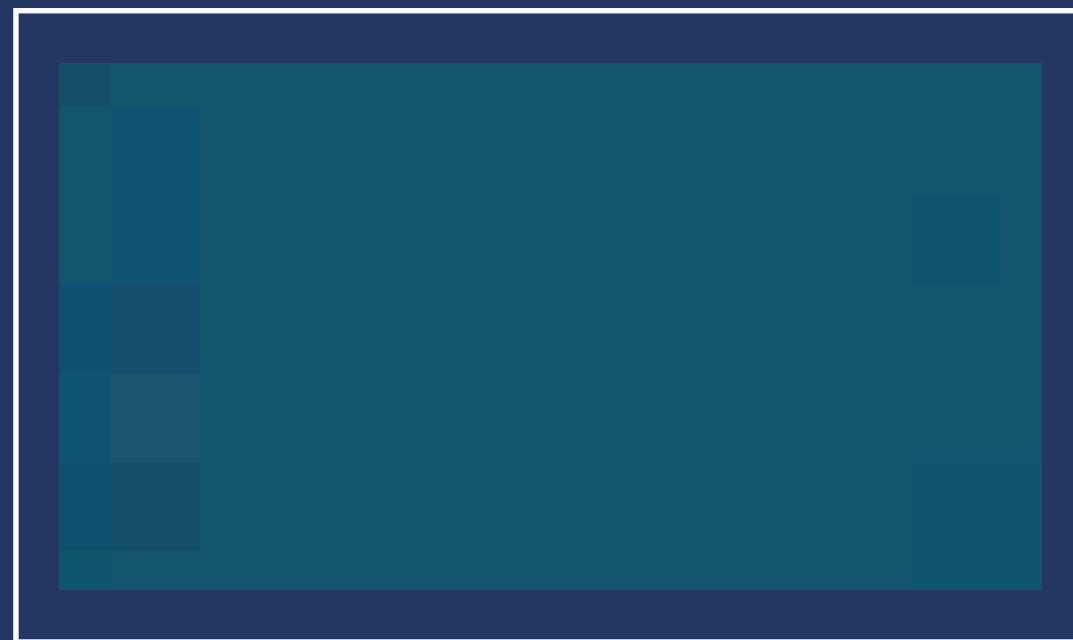
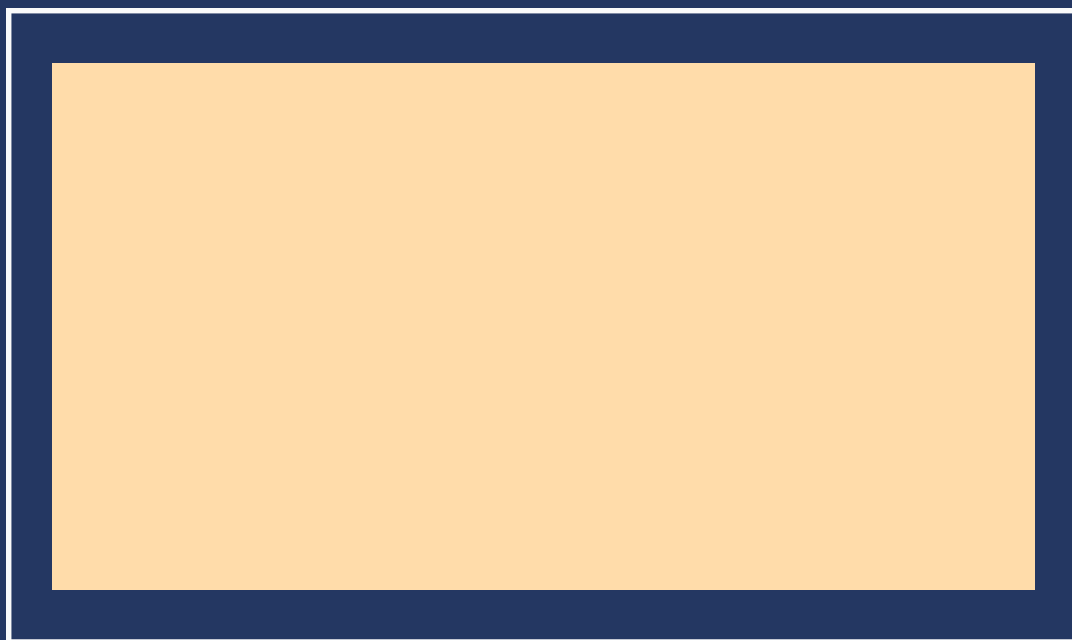
Объем, в котором лучше продавать краски, может зависеть от нескольких факторов, таких как тип краски, ее назначение и спрос на рынке.

# Главные элементы

---



# На основании цветов бренда



ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ НА ФОНАХ И ШАБЛОНАХ

## Библиотека узоров

Производители экологических красках часто используют натуральные пигменты, полученные из растительных и минеральных источников. Это может ограничивать некоторые оттенки, но такие краски могут иметь более нежные и приятные для глаз оттенки.

# Этикетка

Метки и этикетки должны быть привлекательными, содержать четкую и полезную информацию о краске, и выделяться на фоне других продуктов.

Дизайн



ПРОДУКТЫ И ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

# Материалы упаковки

компания  
"EcoColour",  
2023

ПРИЛОЖЕНИЕ ГЕРКУЛЕС

## Металл

### АЛЮМИНИЙ И ЖЕСТЯНАЯ ЛИСТОВАЯ СТАЛЬ

Металлические банки для краски обычно покрыты внутри специальным покрытием, чтобы предотвратить коррозию и защитить содержимое.

## Пластик

### ПОЛИПРОПИЛЕН ИЛИ ПОЛИЭТИЛЕН

Пластиковые упаковки могут быть более легкими и дешевыми в производстве, но они обычно менее прочные, чем металлические.

## Картон

### КАРТОННЫЕ КОРОБКИ ИЛИ БУМАЖНЫЕ МЕШКИ

Используются картонные коробки или бумажные мешки для упаковки порошкообразных красок.

компания  
"EcoColour",  
2023

# Форма

СИЛЬНЫЙ | СОБРАННЫЙ | ВЕСЕЛЫЙ | ДЛЯ ВСЕХ

## Сводка по рынку

Производители могут использовать разные материалы для упаковки своих строительных красок, такие как пластиковые бочки, контейнеры или бутылки, однако металлическая упаковка остается одним из наиболее распространенных и популярных вариантов для упаковки красок.



# Объем

## от 0,5 до 5 литров

для домашнего использования

Для домашнего использования, например, краски могут быть продаваемыми в объеме от 0,5 до 5 литров, в зависимости от размера помещения и необходимого количества краски.

## от 10 до 20 литров

Для профессионального использования

Для профессионального использования, краски могут быть продаваемыми в более крупных объемах, таких как 20 литров.

## 2,5 л, 7,5 л, 12 л, 30 л

Экспериментальные объемы

Продажа краски объемом 2,5 -30 литров может быть эффективной для некоторых производителей и потребителей. Зависит от потребностей конкретного сегмента рынка и стратегии продаж производителя.