



Young marketers 2017 - Pink marketing

Ez nem CSR. Ez egy ügy, ami mellé egy márka oda tud állni, és amiben egyébként rengeteg az üzleti potenciál is.

Mi az a pink marketing?

Az LMBTQ (leszbikus-meleg-biszexuális-transznemű-queer) közösséget célzó marketing.

Kik ők és miért fontos ez?

- Átlagnál jobb iskolázottság
- 70%-ban nagyvárosi
- nyitottság, trendkövetés kiemelkedő
- intenzív társasági élet - 6x annyi színház + utazás
- az átlagosnál 23%kal magasabb jövedelem + magas költési hajlandóság - 23%kal több költés fesztiválra, koncertre
- nagyon erős márkahűség

ITTHON

- kb. félmillió magyar LMBTQ közösség
- 70% budapesti

Miért érdemes rájuk külön odafigyelni?

- hálásak az őket célzó reklámért
- előnyben részesítik azokat a vállalatokat, akik figyelembe veszik a pink moneyt, és termékeiket, szolgáltatásaikat LMBTQ médiumokban népszerűsítik
- kirívóan magas arányban osztanak meg a közösségi médiában
- nagyobb átkattintási arány: minden meleg oldalon elhelyezett hirdetésre ötször, hatszor nagyobb a rákattintási arány, mint a legnagyobb site-okon

Mik a számukra kiemelten fontos területek?

Fontos területek:

- utazás
- kultúra
- pénzügyi szolgáltatások
- autóipar
- alkoholos italok
- haj- és szépségápolás
- divat
- Gyógyszeripar

Feladat:

Tegyük fel, hogy a CMO-tok mind márka image szempontjából, mind üzleti potenciál tekintetében lát fantáziát a pink marketingben. Azzal bíz meg titeket, hogy találjatok ki egy stratégiát arra vonatkozóan, hogy hogyan tudnátok elérni ezt a célcsoport. A hogyanat teljesen rátok bízta. Annyit mond, h legyetek bátrak, gondolkozzatok nagyban. Lehet szó termékfejlesztésről, márkaaktivitásról, együttműködésről, programról, hirdetési stratégiáról.

Amit le kell neki szállítani az maga a stratégia, a marketing ötlet és a brief, amivel utána be tudtok vonni kreatív ügynökséget, hogy az majd meg is valósítsa/kommunikálja azt amit ti, mint marketing csapat kitaláltatok.