КОНДИЦИОНЕРЫ MITSUBISHI ELECTRIC ПРИЗНАНЫ ЛУЧШИМИ ПО МНЕНИЮ РОССИЯН: КОМПАНИЯ ПОЛУЧИЛА ПРЕМИЮ «МАРКА № 1 В РОССИИ»

Генеральный директор ООО «МИЦУБИСИ ЭЛЕКТРИК (РУС)» г-н Фурота Хироси на торжественном вручении награды

О награде

Национальную премию «Марка № 1 в России» можно назвать поистине всенародной, ведь именно россияне своими голосами определяют, кого из производителей можно назвать лучшим.

Впервые премия вручалась в 1998 году. Тогда она называлась иначе — «Народная марка», но ее задача с момента основания оставалась неизменной: выявить бренды, которые россияне считают лучшими. Награда нацелена на поддержку добросовестной конкуренции и стимулирование повышения качества продукции.

Отбор лучших из лучших проходит в несколько этапов. Первый проходит в сентябре, с привлечением федеральных СМИ. Всем желающим предлагается заполнить публикующуюся в сети «Интернет» анкету, включающую фразу «Вы считаете лучшим…» и перечисление категорий товаров. Пользователю остается указать бренд, который первым приходит на ум, когда вопрос касается качества. В этом году охват аудитории только на FaceBook составил 100000 пользователей.

На втором этапе из трех финалистов выбирают самого лучшего. Победитель второго этапа также выявляется с помощью интернет-голосования.

Таким образом определяются несколько важнейших маркетинговых показателей: top of mind (первая вспоминаемая марка) и perceived quality (воспринимаемое качество — насколько пользователи доверяют бренду).

Mitsubishi Electric признательна всем, кто высоко оценил качество кондиционеров, выпускаемых компанией. Качество — основополагающий принцип, руководствуясь которым компания производит существующие и создает новые продукты.

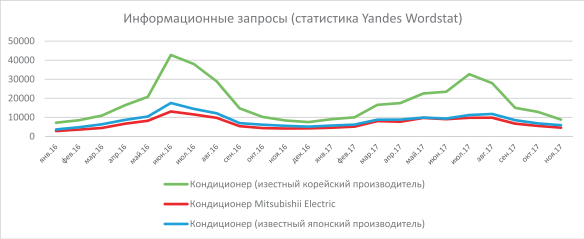
Мы уверены, что данная награда отражает не только заслуги компании в производстве качественных продуктов, но и достижения в построении доверительных отношений со своей аудиторией.

Стратегия компании на Российском рынке

В России Mitsubishi Electric на протяжении 20 лет инвестирует средства в рекламные кампании, главная задача которых — рассказать потенциальным покупателям и пользователям о трепетном отношении компании к качеству и технологиям, позволяющим создавать надежные и инновационные продукты.

Маркетинговые достижения Mitsubishi Electric в цифрах

Статистика интернет-запросов помогает отслеживать интерес аудитории к бренду, оценивать эффективность выбранной стратегии и анализировать текущее положение компании на рынке. Мы видим, что благодаря активному продвижению бренда Mitsubishi Electric статистика запросов, по которым пользователь хочет найти информацию о компании или продукте, не используя слова «купить» и аналогичных, показывает хорошую динамику. По информационным запросам мы занимаем одну из лидирующих позиций и входим в топ-3.

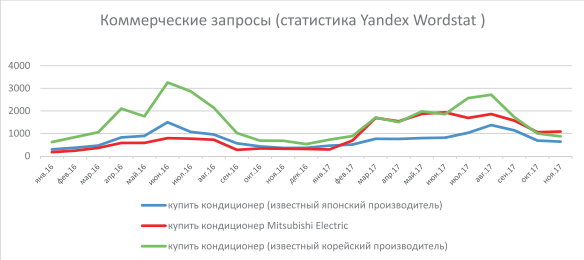


Данные получены на основе статистики Yandex Wordstat, собранной на территории России с января 2016 по ноябрь 2017 года.

Данные по запросу «Кондиционер Mitsubishi Electric» рассчитаны от запроса «кондиционер Mitsubishi» с корректирующим коэффициентом, позволяющим определить запросы, относящиеся только к бренду Mitsubishi Electric.

Важным критерием является и количество коммерческих запросов (то есть запросов, в которых пользователь добавляет слово «купить»). Это та часть аудитории, которая, как правило, обладает достаточной информацией о бренде и продукте и рассматривает возможность приобретения оборудования.

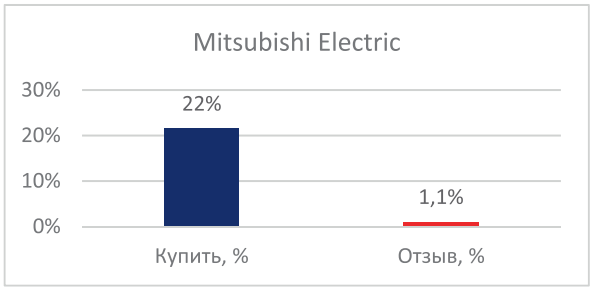
В этом году количество коммерческих запросов по словосочетанию «купить кондиционер Mitsubishi» возросло в 2,9 раза и составило 18837 запросов (по данным Yandex Wordstat на территории РФ за период с января 2016 по ноябрь 2017 года). В компании считают, что такой рост стал возможен благодаря двум составляющим: новой долгосрочной стратегии рекламной кампании, запущенной ООО «Мицубиси Электрик (РУС)» в 2016 году, и активной поддержке партнеров, которые приняли участие в федеральной программе.

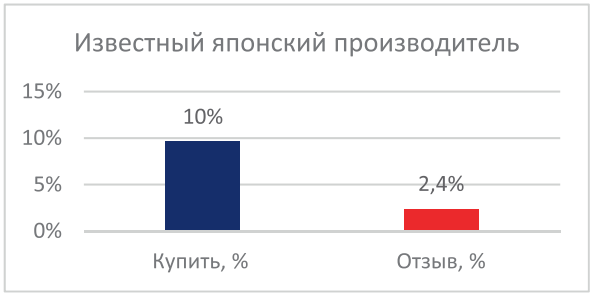


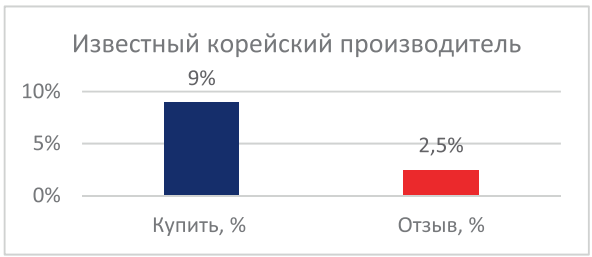
Оценить осведомленность пользователей о качестве оборудования можно по косвенным признакам, сравнив процент коммерческих запросов и запросов, в которых пользователи ищут отзыв о продукте. По известным брендам, как правило, доля запросов, содержащих слово «купить», выше, чем доля запросов, связанных с поиском отзыва. Это значит, что пользователи уже знают о преимуществах бренда и хотят найти подходящее место для покупки товара.

Mitsubishi Electric обладает самым высоким процентом коммерческих запросов, отражающих намерение приобрести кондиционер, и самым лучшим соотношением запросов «купить» к запросам «отзыв».

Такой результат обеспечило не только высокое качество производимого оборудования, но и сильная команда технической поддержки Mitsubishi Electric, способная предоставить квалифицированную помощь по любому вопросу.







Данные получены на основе статистики Yandex Wordstat, собранной на территории России с января по ноябрь 2017 года.

Признание бренда «Маркой № 1» — не только честь, но и большая ответственность. Mitsubishi Electric продолжит совершенствовать продукты и технологии, предоставляемые российским клиентам.

Статья подготовлена ООО «Мицубиси Электрик (РУС)»