

Московский государственный университет имени М.В.
Ломоносова

Факультет журналистики
Кафедра новых медиа и теории коммуникации
Зачетная работа на тему
«Автомобильные маркетинговые войны»

Выполнила студентка
402 группы
4 курса д/о
Будникова Анна

Москва
2018

Автомобильные маркетинговые войны

Крупные автопроизводители не только изготавливают качественные и быстрые машины, но и создают совершенно креативные рекламные кампании, я бы хотела рассмотреть соперничество гигантов автомобильного рынка. Все началось с рекламы «БМВ»:



На фото мы видим охотящегося гепарда «БМВ» за зеброй «МЕРСЕДЕС». Этой рекламной кампанией «БМВ» хотели показать, кто на рынке является хищником, а кто слабой жертвой. Этим поступком маркетологи «БМВ» развязали целую рекламную войну, в которую в итоге были вовлечены многие дорогие автомобильные марки.

Следом была выпущена еще одна провокационная фотография, на которой огромная фура марки «МЕРСЕДЕС» везет машины «БМВ», с подписью «МЕРСЕДЕС» тоже может доставлять удовольствие»,

подразумевая, что в контексте этой рекламы удовольствием является



«БМВ».

«МЕРСЕДЕС» сначала никак не отреагировал на эту провокацию. Но на этом «БМВ» даже и не думали останавливаться! Видимо решив, что с первых уже хватит, маркетологи «БМВ» решили показать язык уже другой автомобильной марке класса-люкс и тогда уже досталось «Ягуару». В то время дела у «Ягуара» шли довольно плохо, тогда «БМВ» создали рекламу, в которой фигура ягуара повернута в обратную сторону, являясь метафорой на то, что «котик дает деру». Но чопорные англичане



последовали примеру «Мерседеса» и тоже проигнорировали креативную команду «БМВ».

Однако баварский автопроизводитель продолжал удивлять, и с особым упорством генерировал все новые и новые рекламные

кампании, вовлекая в них другие марки. Следующей жертвой маркетологов «БМВ» стали «АУДИ». И тут-то, на радость покупателям началась уже полноценная рекламная битва.

Ежегодно в мире проходят различные автомобильные конкурсы, в которых принимают участие современные модели машин от самых различных марок. Существует множество номинаций, в одной из которых выиграла марка «Ауди». Название номинации было «Авто года-2006 в Южной Африке». «БМВ» как бы поздравили своего конкурента с победой, скромно подписав внизу «От победителя конкурса «Авто мира-2006».

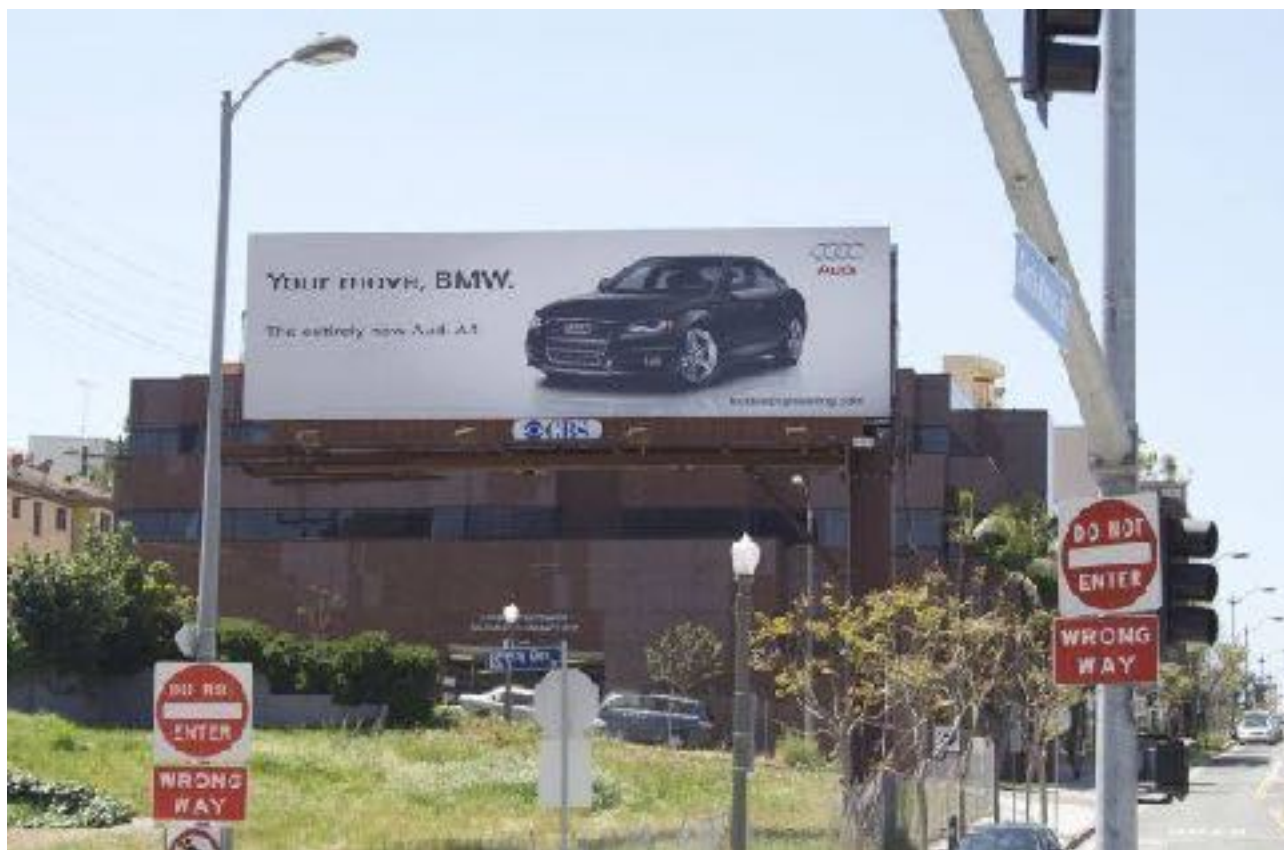


За этим наконец последовал первый ответ креативной команде «БМВ». «Ауди» поздравили в ответ, подписав внизу «От шестикратного победителя гонок Le Mans 24 Hour (2000—2006)». Далее началась целая серия рекламных кампаний, развязавшая своеобразную «войну» двух брендов-гигантов. В их диалог вмешалась марка «Субару», которая не осталась равнодушной. На своем посте они поздравили «БМВ» и «Ауди» с

победами в конкурсах красоты. А про себя отметили, что их достижение – лучший двигатель в 2006-м (International Engine 2006).

Владелец марки «Bentley» решил пойти дальше и выпустил баннер, где он сидит в кожаном кресле и показывает некультурный жест, по определенным причинам я не стану показывать здесь эту рекламную кампанию, но советую ознакомиться с ней в интернете.

На этом битва совершенно не закончилась! «Ауди» бросили новый вызов, разместив баннер с изображением своего нового автомобиля, подписав его «Твой ход, БМВ».



Так получилось, что география билборда сыграла на руку маркетологам «БМВ», вот, что рассказывает представитель «БМВ»: «Проспект Santa Monica представляет собой своеобразный коридор между Beverly Hills и Santa Monica с высокой степенью интенсивности дорожного движения, увидев вызывающий билборд Audi мы просто не могли не воспользоваться уникальным географическим



расположением и не принять вызов». Грубо говоря, это был чекпойнт, и «БМВ» разместили билборд с надписью «Checkmate», что переводится как

«Мат» (подразумевается мат в игре шахматы). Вот как это выглядело:



Долго ждать ответа не пришлось, и «Ауди» уже практически перешли «на личности», разместив следом баннер большего размера с надписью «ваша пешка неровня нашему королю». Сразу приложу

фотографию с этим ответом и последующее ответом оппонента. «БМВ» переплюнули маркетологов «Ауди» и разместили целый дирижабль с изображением своего автомобиля, подписав его «игра закончена».

Разумеется, это был еще не конец. Следом за этими креативными билбордами последовали еще множество других. Расскажу еще о нескольких из них, а затем подведу итог.

«Ауди» стали первыми производителями, которые перевели систему навигации автомобиля на русский язык. «БМВ» в своем излюбленном стиле незамедлительно ответили, выпустив постер с подписью "Пока другие переводили навигацию, мы сделали лучший в мире двигатель». На этом «рекламный» диалог не закончился и следующая реплика от «Ауди» выглядела таким образом:

«Вот что происходит, когда у Вас нет Quattro». (Quattro - новая фирменная система полного привода). У BMW вскоре появилась возможность ответить: «Вот что происходит, когда у Вас есть Quattro»



Это лишь малая часть той медиа-«войны», которую устроили автопроизводители. Другие марки, такие как «Лексус», «Ягуар» и «Мерседес» тоже вступили в нее и приняли правила игры, которая продолжается до сих пор.

Вывод

Многим может показаться, что автомобильные производители буквально готовы друг-друга сожрать, настолько сильна их нелюбовь друг к другу. На самом же деле все совершенно наоборот! Все рекламные кампании сделаны исключительно с юмором, юношеским задором и азартом. Автомобильные компании с глубоким уважением относятся друг

к другу и делят один рынок потребителей, создавая такие рекламные билборды/видео и постеры они продвигают не только свой товар, но и товар конкурента, упоминая его имя в своих кампаниях. Я считаю, что это отличный способ вызвать интерес к своей фирме, так как выбрана очень нестандартная форма. Покупателю становится интересно, что же ответит оппонент, и они следят за дальнейшим развитием событий в этом медиа-пространстве. Своеобразная «рекламная битва» продолжается по сей день, это то, за чем интересно наблюдать, а следовательно это продвигает товар с гораздо большей силой, чем обычная скучная реклама.

Список литературы:

1. Ресурс orator.ru - статья «Война автогигантов»
2. **mfive**. online video ad agency - маркетинговое агентство, создающее видео контент, статьи про лучшие рекламные кампании 21 века
3. Кристов Фивег «BMW автомобиль мечты»
4. «BMW история семьи Квандт, возродившей компанию» Рюдигер Юнгблут