

Светлана Галузо
СИСТЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ ХОЛОДИЛЬНИКОВ
ФИРМЫ «АТЛАНТ» НА РЫНОК ЕГИПТА

Египет – не очень высокоразвитая страна. Большую часть ее территории занимают пустыни. Люди живут в основном в долинах реки Нил и в оазисах. Из-за жаркого климата и постоянных политических потрясений экономическая обстановка в стране беспокойная. В связи с катастрофой на борту самолета А321 ухудшилась ситуация на рынке туристических услуг, за счет которых жила большая часть населения Египта и которые приносили в государственную казну наибольшее количество доходов. Сфера услуг является одной из наиболее развитых отраслей этой североафриканской страны.

Кроме туризма, в Египте развита нефтяная промышленность и добыча газа, который экспортируется в Израиль и Иорданию. В стране работают два завода, выпускающие сжиженный природный газ. Среди отраслей обрабатывающей промышленности наиболее развиты пищевая и текстильная. Крупнейшие предприятия текстильной промышленности расположены в дельте реки Нил и специализируются на хлопковых, шелковых и шерстяных тканях. Также в Египте находятся несколько предприятий, ориентированных на машиностроение. «Машиностроительная промышленность сконцентрирована в городах Хелуане, Каире, Александрии и Порт-Саиде, где находятся заводы по производству металлорежущих станков, предприятия по сборке автомобилей и самолетов, а также заводы по производству железнодорожных вагонов, велосипедов, холодильников и другой бытовой техники, судостроительные верфи, радиотехнические и электротехнические предприятия, цементные заводы» [1].

В отрасли сельского хозяйства занято 28% населения. 60% продукции является импортной, а, следовательно, люди низших слоев населения не могут позволить себе покупать ее. Это приводит к тому, что 5,2% населения страны голодает. Подкосили экономическую обстановку и эпидемия птичьего гриппа в 2006 году, и финансовые кризисы 2007-2009 годов. Лишь благодаря высокому уровню экспорта нефти у Египта есть средства для поддержки бюджета. Хотя показатели уровня жизни не радуют: 40% населения причислено к бедным, 26% живут за чертой бедности, уровень безработицы составляет 13,5%. Отмечается в стране нехватка воды, пищи и происходящая из-за этого маргинализация населения. В бедных районах распространены коррупция, грабежи, убийства.

Что касается холодильников, то основной сегмент рынка освоен импортной продукцией. В Египте холодильники могут купить себе богатые люди и частично средний класс. На рынке господствуют марки из Италии, Франции и Соединенных Штатов Америки. Белорусская фирма “Атлант” выпускает термоэлектрические, однокамерные и двухкамерные холодильники разных габаритов. Они имеют разнообразные дизайн и технические характеристики. Есть двухкомпрессорные и однокомпрессорные холодильники, а также оснащенные и не оснащенные системой No Frost, холодильники с капельной и ветряной системой No Frost. Для экспорта в Египет предлагаются холодильники модели XM 4421 N. «Однокомпрессорный холодильник ATLANT 2014 года серии COMFORT+ с системой многопоточной циркуляции холодного воздуха Smart Air Flow (с автоматической системой оттаивания Full No Frost, которая дает возможность забыть о размораживании холодильника» [2].

Холодильники этой модели были запущены в производство в 2014 году, следовательно, они достаточно современны и отвечают новейшим требованиям. Имеют разный климатический класс: SN (для температуры в помещении от +10 до +32 °C), N (для температуры в помещении от +16 до +32 °C), ST (для температуры в помещении от +18 до +38 °C), T (для температуры в помещении от +18 до +43 °C). Холодильник модели XM 4421 N имеет все четыре климатических класса, модели XM 4421 N – оснащен одним компрессором, что позволяет ему быть более вместительным и занимать меньше места. Габариты холодильника составляют 1865x595x625 мм, общий объем – 312 литров, что позволяет ему составлять конкуренцию моделям конкурентов в Европе. Несмотря на то, что холодильник отличается от европейских частотой в 50 Гц, это не влияет на качество его работы, тем более, что мощность холодильника составляет 100 В, что соответствует высокому уровню эффективности работы. Кроме того, холодильник этой модели относится к классу энергопотребления A+, то есть к самому эффективному классу, обладающему техническими характеристиками, позволяющими более продуктивно использовать энергию. Один компрессор также позволяет снизить энергопотребление, и это – несомненное преимущество перед европейскими и американскими 2-компрессорными холодильниками. Благодаря энергопотребляющему классу A, отсутствию ветряной системы Full No Frost и второго компрессора холодильники модели XM 4421 N отмечаются низким уровнем звуковой мощности – 43 дБ.

У ведущих мировых брендов размораживающая система Full No Frost встречается нечасто, а если и встречается, то влияет на цену продукции. “Атлант” же при невысокой цене сохраняет высокое качество. Западные производители используют ветряную систему Full No Frost,

так как она работает и на холодильную, и на морозильную камеры, а также занимает меньше места, чем капельная система. Это также влияет на цену. Холодильник модели 4421 N имеет капельную систему Full No Frost, то есть «испаритель охлаждает заднюю стенку холодильного отделения и морозилки» [3]. Благодаря этому холодильники более вместительны и имеют сравнительно низкую цену. Итак, перечислим основные преимущества белорусских холодильников перед продукцией из Италии, Франции и США: несколько климатических классов, в которых может работать холодильник; низкий уровень шума; низкая цена; высокая вместительность из-за отсутствия второго компрессора и ветряной системы Full No Frost. Все это позволяет быть уверенными в том, что рекламная кампания холодильника этой модели в Египте завершится успехом.

Египетские средства массовой информации имеют несколько характерных особенностей. Во-первых, телевидение, радиовещание и печатные СМИ контролируются государством. Журналистов оппозиционных и частных изданий регулярно арестовывают. Телевидение Египта представлено двумя национальными вещателями. Всего в стране существует 23 телеканала. 41% пользователей телевидения имеют спутниковые тарелки, которые транслируют арабские телеканалы из других стран. 12,8 миллионов домов оснащены телевизорами, что является самым высоким показателем в Африке. Интернет в Египте начал распространяться не очень давно – в 2010 году. Только 21% египтян смогли позволить себе пользоваться Всемирной паутиной. Сейчас это количество выросло до 49,6%. Большинство пользователей находятся в возрасте от 21 до 29 лет. Интернет контролируется государством гораздо меньше, чем телевидение и газеты, но Министерство информации регулярно блокирует сайты, представляющие национальную угрозу. Также правительство Египта осуществляет мониторинг сети Facebook на предмет противостояния власти. «В Египте выходят 18 печатных изданий. Египетское правительство владеет тремя самыми крупными: Al-Ahram, Al-Akhbar и Al-Gumhuriya» [4].

Исходя из данных о количестве людей, живущих за чертой бедности, можно предположить, что самый удачный вариант рекламы – это проведение промоакций, на которых низшие слои населения смогут ознакомиться с продукцией, размещение баннеров и билбордов на улицах, рекламные листовки. Чтобы проинформировать часть среднего класса, целесообразно размещать рекламу в интернете – на новостных порталах, блогах, в социальных сетях. Третье, на что может быть ориентирована реклама, – это телевидение и печатные медиа. Из-за сильного контроля государства размещение рекламы в государственных изданиях

и на государственных телеканалах может быть проблематичным, но есть резерв в виде частных изданий.

Рекламная кампания может включать в себя: рекламный ролик для телевидения и интернет-порталов; листовки и изображения на баннерах и билбордах со слоганом и основными положениями, которые должны заинтересовать покупателей. Если рекламный ролик будет связан с новогодней тематикой, то она может быть отражена на листовках и баннерах. На темном фоне рядом с холодильником целесообразно изобразить улыбающегося Папу Ноэля (аналог русского Деда Мороза) с открыткой в руках: “Холодильник в каждый дом!”. На холодильнике могут быть написаны и наглядно изображены основные сведения о нем: климатический класс, оснащенность системой размораживания, габариты, уровень шума, уровень энергопотребления и цена. Это делается для того, чтобы люди поняли, что купить такой холодильник очень выгодно. Кроме того, холодильник может быть украшен белорусским орнаментом, отражая этим особенности страны-производителя.

На промоакциях эффективно демонстрировать людям технические характеристики холодильника и качество его работы, показывать мощность морозильной камеры, которая за очень короткое время превращает воду в лед, вместительность холодильной камеры – путем заполнения ее разными продуктами. Интересно демонстрировать низкий уровень шума путем сравнения с шорохом листьев, шелестом бумаги или шепотом человека. Все это поможет показать высокое качество белорусской продукции, заинтересовать и привлечь покупателей.

Исходя из проведенного исследования, можно сделать следующие выводы. Во-первых, так как производство холодильников не является приоритетной отраслью промышленности Египта, то страна осуществляет импорт холодильников из Италии, Франции и США. Следовательно, белорусской фирме “Атлант” придется приложить немало усилий, чтобы опередить конкурентов. Во-вторых, холодильники “Атлант” могут завоевать лидерство на рынке Египта благодаря таким техническим характеристикам, как климатический класс, который «указывает пользователю, какая температура должна быть в помещении, где планируется эксплуатация устройства» [5], уровень мощности, низкий уровень шума, класс энергопотребления, высокий уровень вместительности. Все это можно демонстрировать в рамках промоакций. В-третьих, медиа Египта основательно контролируются государством, что надо учитывать при подготовке рекламной кампании. Как вариант, использовать интернет для распространения рекламы. В-четвертых, при проведении рекламной кампании следует учитывать такие факторы, как менталитет и социально-экономическое положение населения. Так как 40% египтян

причислены к бедным слоям, то, кроме как на чудо, им надеяться не на что. Именно поэтому идея с тематикой Нового Года и волшебства является в данном случае наиболее подходящей. В-пятых, один из вариантов конкурентной борьбы – отсылка к стране, в которой осуществляется производство, что можно сделать путем украшения холодильников “Атлант” белорусским орнаментом.

Литература

1. Обзор экономики Египта // Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/eg/about_eg/eco_eg/. – Дата доступа: 17.12.2015.
2. ХМ 4421 N // Атлант – талантливая техника [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.atlant.by/bt.atlant.by/catalog/fridges/detail.php?ID=16861>. – Дата доступа: 21.12.2015.
3. Система No Frost в современных холодильниках // Техзнаток [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://tehznatok.com/kak-vyibrat/holodilnik/no-frost.html>. – Дата доступа: 30.11.2015.
4. Allam, R. Egypt / R. Allam // European gournalism centre [Electronic resource]. – 2015. – Mode of access: http://ejc.net/media_landscapes/egypt. – Date of access: 17.12.2015.
5. Что такое климатический класс холодильника и какой из них лучше // Техзнаток [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://tehznatok.com/kak-vyibrat/holodilnik/klimaticheskij-klass.html>. – Дата доступа: 30.11.2015.