

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»

Особенности продвижения бренда «Ред Булл

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Можаровский Никита Витальевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: nikitamozharovsky@gmail.com

Предметом изучения в данной курсовой работе будет разбор уникальных механизмов продвижения бренда производителя энергетических напитков «Ред Булл». Данная компания занимает лидирующее место на международном рынке благодаря не только своему основному продукту, напитку, но и благодаря грамотно проводимой пиар кампании, которая проводится с самого создания организации. Осознав, что целевой аудиторией для компании являются молодые люди от двадцати до тридцати пяти лет, компания проводит инвестиции в молодёжные сферы, такие как спорт и киберспорт, создавая собственные спортивные команды; организовывая экстремальные мероприятия, такие как запуск самодельных парапланов «Флюгтаг»[1] и прыжки из стратосферы[2]. Также будет уделено внимание тому, как эта корпорация поддерживает студентов и студенческие сообщества посредством использования своих личных амбассадоров в рядах обычных студентов. Именно эти инструменты являются уникальными случаями в истории продвижения брендов, так как ещё ни одна другая подобная компания не использует данные инструменты продвижения, в виду их сложности в организации и затратности. Однако, изучаемая компания, не только тратит на такие многозатратные проекты как две команды Формулы-1 и множество других спортивных клубов, но и получает с этого большой приток аудитории из самых различных сфер, а также зачастую получает с этого чистую прибыль.

Именно для изучения данного феномена успеха данной компании была проведена данная работа, исследуя все те инструменты пиара, которые никто другой не использует.

[1] Нем. «Flugtag» - Лётный день

[2] Ориг. «Red Bull Stratos»

Источники и литература

- 1) 1. «Жизненный цикл банки» История компании о своей экологической заботе - <http://www.redbull.com/ru-ru/energydrink/red-bull-mozhet-zhiznennyy-tsikl>
- 2) 2. Екатерина Трофимова. «Живая вода» - Журнал «Секрет Фирмы» № 10 от 17.03.2008. Издательство «Коммерсантъ»
- 3) 4. История компании «Ред Булл» - <https://www.redbull.com/ru-ru/energydrink/kompaniya>
- 4) 8. Официальный сайт «Ред Булл» - <https://www.redbull.com/ru-ru/>