

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Стратегии медиа-коммуникации компании «Ауди» в рамках Олимпийских игр 2014.

Холина Светлана Алексеевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: Lanochka20121@yandex.ru

Стратегии медиа-коммуникации компании «Ауди» в рамках Олимпийских игр 2014.

Современный рынок развивается, глобализация, развитие медиа, высокая конкуренция – все это накладывает особую специфику, особенно на рынок автомобильной промышленности. Автомобильный рынок растет и развивается наиболее динамично. Автопроизводители используют различные поводы для продвижения своих компаний, к примеру Олимпийские игры. В связи с выше перечисленными факторами особый интерес представляют стратегии коммуникаций, используемые автопроизводителями. Так как, Ауди – один из лидирующих брендов как на рынке премиум авто, рассмотрим его.

Для продвижения основных своих тезисов (а именно слогана Ауди: «Ауди — превосходство высоких технологий» или "Россия. Территория quattro"; Ауди выбрала по их мнению наиболее эффективный инструмент – это партнерство с Олимпийскими играми.

Выбор именно этого инфоповода объясняется тем, что ценности Ауди схожи с ценностями Олимпийского движения. В первую очередь это связано с одной из основных олимпийских ценностей – охраной окружающей среды. Концерн AUDI AG, создавая экологически чистые автомобили, также преследует эту цель.

Очень эффективные мероприятия Ауди выбрала, чтобы подчеркнуть главные свои ценности, схожие с ценностями Олимпийских игр.

Audi – часть большой команды чемпионов. И поэтому на зимней Олимпиаде в Сочи Ауди представляли наиболее успешные российские спортсмены: Иван Скобрев, Екатерина Илюхина, серебряный призёр Олимпийских игр 2010 года в параллельном гигантском слаломе, а также чемпионка мира в параллельном слаломе Алёна Заварзина.

Бег на коньках и гигантский параллельный слалом – это скорость, адреналин и мастерство, которые наиболее сильно отражают спортивный характер автомобилей Audi. Для трансляции такой ценности, как «выносливость» был выбран формат автопробег для презентации авто. В рамках автопробега кортеж из девяти автомобилей Audi первым преодолел 48,2 км дороги, которая была специально построена к проведению Олимпийских и Паралимпийских зимних игр 2014 года в Сочи.

Так же Ауди постаралась удивить не только участников Олимпиады, но и посетителей олимпийского парка. Одним из ярких сюрпризов Audi был аттракцион "Quattro горка". Все желающие смогут не только подняться на этот аттракцион, но и полюбоваться открывающимся видом на олимпийский парк и Черное море.

Ауди старалась всеми силами поддержать наших спортсменов своим зарядом, выносливостью, волей к победе, ведь именно эти качества помогают стать чемпионом и

Конференция «Ломоносов 2014»

добиться многого. И высокие результаты показали эффективность мероприятий, проведенных компанией Ауди.