

Porównanie komunikacji marketingowej sieci sklepów Castorama i OBI

Wstęp

Rozdział 1

1.2 Czym jest komunikacja marketingowa?

1.3 Znaczenie skutecznej komunikacji marketingowej dla sukcesu marki.

Rozdział 2

2.1 Historia Castoramy

2.2 Historia OBI

Rozdział 3

Elementy komunikacji marketingowej sieci sklepów Castorama.

3.1 Gazetka i ulotki reklamowe Castoramy jako element komunikacji marketingowej z klientami sieci

3.2 Reklama telewizyjna- kanał masowej komunikacji marketingowej

3.2.1 Spójność oferty w reklamie i TV i ofercie z gazetki

3.2.2 Wizerunek sieci w reklamie TV

3.3 Obecność marki na portalu społecznościowym jako działanie budujące wizerunek. Profil marki na portalu Facebook

3.4 Inne formy działań promocyjnych stosowanych przez sieć Castorama

Rozdział 4

Elementy komunikacji marketingowej sieci sklepów OBI.

4.1 Gazetki i ulotki reklamowe OBI jako element komunikacji marketingowej z klientami sieci

4.2 Reklama telewizyjna- kanał masowej komunikacji marketingowej

3.2.1 Spójność oferty w reklamie i TV i ofercie z gazetki

3.2.2 Wizerunek sieci w reklamie TV

4.3 Obecność marki na portalu społecznościowym jako działanie budujące wizerunek. Profil marki na portalu Facebook

4.4 Ewolucja komunikacji marketingowej sieci

Zakończenie

Bibliografia