

1) GUERILLA MARKETING

Chcete zaujmout méně tradičním způsobem? Zkuste guerilla marketing, což je "záškodnický marketing", který provokuje, nebo se snaží pobavit. Cílem je udělat něco, co vzbudí pozornost a lidé o tom mluví a sdílejí na sociálních sítích.

Př:

Česká spořitelna stavěla před ostatní banky poutače, že na rozdíl od nich ona má ještě otevřeno a jejich zákazník může přijít do banky i v tuto hodinu.

2) BUZZ MARKETING

Je způsob marketingu, kdy vytvoříte něco (nějaký pojem nebo myšlenku), o čem lidé budou hovořit a stane se z toho virál (šířící se po internetu).

Např. Kampaň Pepsi raw se rozhodla svést na vlně zdravého životního stylu a vytvořila nápoj, který je vyroben z pramenité vody, přírodních extraktů a barvicích látek přírodního původu. Kampaň stačilo podpořit na sociálních sítích, pomocí mikrostránky a virál se šířil napříč internetem.

3) MARKETING NA VLASTNÍ KŮŽI

Vyzkoušejte vaše výrobky nebo služby přímo na zákaznících a uspořádejte akci či workshop, kde si návštěvníci na vlastní kůži zažijí, jak to funguje.

Například Ikea zorganizovala možnost několika párům přespat přes noc v jejich ukázkové ložnici. Akce vzbudila velkou pozornost a měla úspěch.

4) POULIČNÍ MARKETING

Vyrazte mezi lidi na ulici a uspořádejte nějakou akci, které ukáže netradičním způsobem vaši službu. Buďte originální nebo vtipný a zaujmete okolní kolemjdoucí.

Unicef nechal uprostřed náměstí kočárek, což vzbuzovalo pozornost a okolní kolemjdoucí nahlíželi do kočárku, zda tam není dítě. Po odhrnutí příkrývky se však v kočárku ukázal text "buď na okamžik maminkou" a informace o tom, jak pomoci a darovat organizaci Unicef.

5) QR KÓDY

Používejte na své vizitky, plakáty, letáky a další materiály QR kódy. Návštěvníci tak mohou ihned navštívit vaše webové stránky s použitím mobilního zařízení.