



О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Закон Российской Федерации
№ 2300-1

КОДЕКС



МЫ РЯДОМ! МЫ ЗАЩИТИМ!

ЗАДАЧА КЕЙСА:

Когда ты покупаешь чипсы, новые джинсы или модное платье, делаешь в салоне маникюр или оплачиваешь подписку на любимый музыкальный сервис — ты потребитель. Как только заходишь в магазин — неважно, обычный или онлайн, — твои права охраняются специальным законом. Но знаешь ли ты о них достаточно?

Одним из важнейших направлений деятельности Роскачества является организация защиты прав потребителей, повышение потребительской грамотности и информирование потребителей об их правах. На портале Роскачества действует специальный раздел для потребителей «Ваши права». Защита потребителей на сегодняшний день осуществляется органом государственной власти Роспотребнадзором, общественными организациями – Обществами защиты прав потребителей, различными юридическими компаниями и частнопрактикующими юристами.

ТВОЯ ЗАДАЧА

Проанализируй потребность потребителей в получении информации и услуг в области защиты прав потребителей и разработай коммуникационную кампанию по продвижению этого направления Роскачества.

Тебе предстоит определить причины недостаточного интереса к сервису Роскачества, в сравнении с иными компаниями и организациями, оказывающими потребителям аналогичные услуги.

Для разработки кампании тебе предстоит определить целевую аудиторию, сформировать ее портрет (целевая аудитория - категория граждан которая, по твоему мнению, нуждаются в защите своих прав и могут обратиться за данной услугой в Роскачество). Не забудь аргументировать своё решение.

В твоей концепции мы будем ждать название кампании, описание целевой аудитории и каналов коммуникации с ней; аргументированного выбора сегмента товаров или услуг, для которого характерны регулярные нарушения прав потребителей; сравнение услуг и сервисов Роскачества по тематике кейса с конкурентным окружением; УТП – уникальное торговое предложение; референсы возможных материалов (слоганы, визуализации постеров и рекламы, аудио, текстовые, образовательные и культурные мероприятия и пр.)

Обрати внимание, что каналы коммуникации, tone of voice, визуальная и текстовая реализация могут отличаться в зависимости от выбранного тобой сегмента рынка и аудитории.

ПОГРУЗИСЬ В ПРОБЛЕМУ

Проанализируй плюсы и минусы действующих на рынке игроков, их каналы коммуникаций и привлечения потребителей; проведи анализ доступной информации о деятельности ключевых организаций; определи основные преимущества для потребителей; изучи принципы разработки и проведения коммуникационных кампаний.

Удачи!