

Маркетинговая политика Группы компаний «Ф. А.Р.», эксклюзивного дистрибутора техники AKIRA в РФ, и обширная рекламная кампания, проведенная РГ «Идеал-Медиа», дали свои результаты: объем продаж в 2006 году в России составил более 10 тысяч кондиционеров. В 2007 году планируется удвоить эту цифру. В 2006 году компания-производитель всемирно известной бытовой техники AKIRA, приняла решение расширить линейку продукции, доступной российскому потребителю, начав завоевывать рынок климатического оборудования. Маркетинговая политика Группы компаний «Ф. А.Р.», эксклюзивного дилера техники AKIRA, и обширная рекламная кампания, проведенная РГ «Идеал-Медиа», дали свои результаты: объем продаж в 2006 году в России составил более 10 тысяч кондиционеров AKIRA. В 2007 году планируется удвоить эту цифру. Кондиционеры AKIRA позиционируются в доступном ценовом сегменте, отвечая при этом всем требованиям высоких стандартов. Учитывая эстетические требования российского потребителя, специалисты компании очень четко отслеживают новые веяния «климатической моды», предлагая интересные дизайнерские решения. Группа компаний «Ф. А.Р.» продолжает развивать дилерскую сеть, предлагая сотрудничество только специализированным компаниям, готовым проводить весь спектр работ по монтажу и гарантийному обслуживанию кондиционеров. Для дилеров разработана специальная система преференций: от предоставления товарных кредитов и предложения по франчайзингу до получения эксклюзивных прав на дистрибуцию в своем регионе. А региональные склады в Москве, Краснодаре, Волгограде и Ростове-на-Дону позволяют в достаточном объеме и очень оперативно обеспечивать любые запросы. В конце февраля РГ «Идеал-Медиа» запускает в регионах новую рекламную кампанию климатического оборудования AKIRA. В ней будут задействованы обширные ресурсы наружной рекламы и рекламы на городском транспорте, публикации в федеральных и региональных СМИ, PR-поддержка в Интернете, организация конференций и другие мероприятия. Источник: Идеал-Медиа