

ترفیعات مشترک^۱ و شراکت استراتژیک بدین معنی است که شرکت های کمتری ملزم به ادامه راه به تنهایی هستند

"از آنجایی که طبقه بندی ها جزئی تر شده و جداسازی (تفکیک) بین برندها سخت تر و سخت تر میشود، همگی برندها باید در جستجوی فرصت های ترفیعات پیوندی و Co-branding باشند." اندی بیتمن، مدیرعامل اینتربرند. وی ادامه می دهد که این روش نه تنها روشی برای ترفیعی بلکه منبعی برای تفکیک و ابتکار است.

در یک قرارداد عجیب اما سودمند که اگر هیچ چیز نباشد سرگرم کننده است، Blue Man Group (که در تصویر به صورت سه خواننده تاس با صورت های آبی دیده می شوند) در ماه مارس امسال با شرکت هواپیمایی Allegiant شریک شده است تا شوی وگاس خود را تبلیغ کند. این شرکت هواپیمایی قرار است در خطوط هوایی وگاس خود دستمال، لیوان، بطری های آب، منو و ... را با طرح Blue Man Group عرضه کند. مسافران می توانند بلیط مربوط به شوی وگاس گروه را قبلاً و یا در حین پرواز خریداری کنند. و با وجودی که هیچ تخفیفی بر روی بلیط ها نیست، خریداران یک بسته دریافت می کنند که محتویات آن ۵۰ دلار ارزش داشته و شامل بلیط جایگاه مخصوص (Allegiant's VIP) در شوی وگاس و کوپنی برای یک نوشیدنی مجانی در پرواز برگشت می باشد.



Marketing news/May 08/P.17

مترجم: راحیل شمس

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ - Cross-Promotions