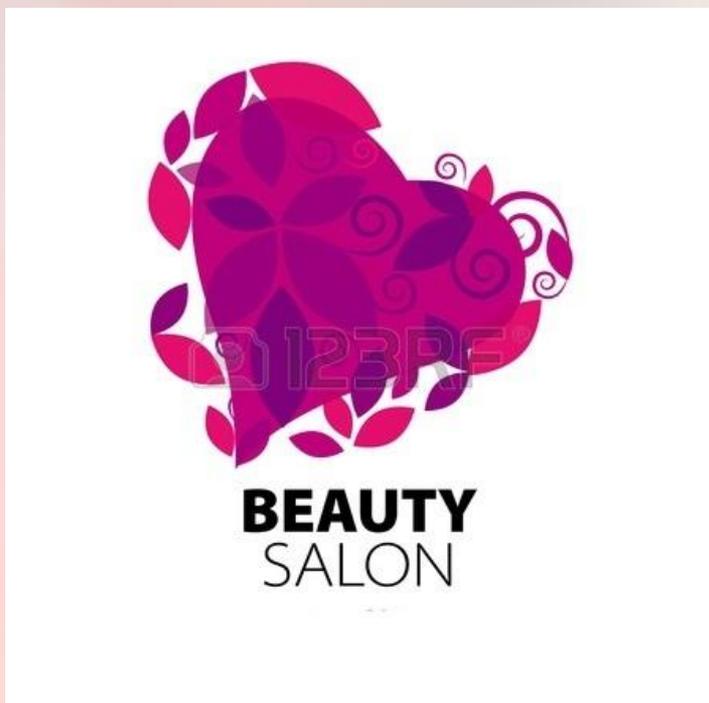




Салон красоты Beauty Corporation

Логотип салона



Услуги:

- Парикмахера (стрижка, укладка, моделирование прически и др. виды услуг);
- Визажиста(дневной, вечерний,для фотосъемки (макияж));
- Мастера маникюра и педикюра(наращивание ногтей, гель-лак,спа-процедуры,био-гель);
- Нарращивание ресниц(классика,2D,3D, голливудский объем);
- Нарращивание волос;
- Косметолог(чистка,массаж лица, эпиляции);
- Мастер тату(татуаж: губ, бровей, век; татуировки).

Целевая аудитория

Женщины в возрасте от 20 до 50 лет

Этот салон подойдёт для женщин со **средним** или **выше среднего** доходом.

Распространение рекламы

Реклама будет распространяться на областном и локальном уровне.

Будут использоваться такие каналы ,как:

- ❖ Радио;
- ❖ Печатная реклама;
- ❖ ТВ(городское и областное);
- ❖ Интернет реклама;
- ❖ Наружная.

Бюджет

- Рассчитаем в процентах к объёму сбыта
:

$$EA = k * So.$$

- Расчёты:

$$So = 800\ 000 \text{ (руб.)}$$

$$K = 4\%$$

$$EA = 0.04 * 800 = 32\ 000 \text{ (руб.)}$$

So – оборот фирмы на момент оценки рекламного бюджета;

EA – рекламный бюджет (затраты);

K – показатель отчислений на рекламу относительно объема продаж.

Бюджет

На каналы распространения мы выделим:

ТВ реклама(ежемесячная)– 10 тыс.;

Интернет(ежедневная)–8 тыс.;

Печатная(ежемесячная)– 7 тыс.;

Листовки(по мере образования скидок ,акций или новых усовершенствований) –2 тыс.;

Наружная–4 тыс.

Тактика

- Внедрение на рынок, поиски ведущих фирм косметики, косметологических средств и парикмахерских аксессуаров организация четкой системы снабжения и получение дополнительных скидок;
- Ежедневное, методичное воздействие на аудиторию с целью продвижения в массовое сознание услуг и скидок

Анализ основных конкурентов салона красоты «Beauty Corporation»

Показатель	«Beauty Corporation»	«Эдем»	«Глория»	«Каприз»
Время работы	8:00-21:00	10:00-21:00	10:00-21:00	10:00-21:00
Ассортиментная политика	Высокий	Высокий	Низкий	Средний
Уровень цен	Средний	Высокий	Средний	Средний
Качество услуг	Высокое	Высокое	Среднее	Среднее
Уровень обслуживания	Высокое	Высокое	Среднее	Среднее
Стимулирование сбыта	Реклама, акции, скидки	Реклама, акции	Реклама	Реклама

Анализ основных конкурентов салона красоты «Beauty Corporation»

- Видно, что салон красоты «Beauty Corporation» имеет конкурентные преимущества в области ассортиментной политики, ценовой политике и стимулировании сбыта. Конкурентные преимущества в области ассортимента имеет также салон – красоты «Эдем», который предоставляет услуги в области врачебной косметологии, фотоэпиляции, маникюр-педикюр, парикмахерских услугах, визажа.

Психологические особенности аудитории

❖ По жизненному укладу:

- Преуспевающие
- Экспериментаторы

❖ По типу поведения:

Общительные, модные, люди, которые любят быть на виду, а так же находятся на виду.

Экономическая эффективность рекламы

- $Y = P - I$
- где: Y - эффект от рекламы; P - прибыль; I -затраты на рекламу
- В данном случае, прибыль салона в период проведения рекламной кампании увеличилась, и составила 50 тыс. руб.
- $50000 - 31550 = 18450$ тыс. руб.

Оценка эффективности

СМИ	Даты (с 1 февраля по 29 февраля)																												Число публикаций	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28		29
Флаеры	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+					+		+		+	+			+	+			+	20
Листовки, открытки в почтовые ящики	+				+					+					+						+								+	6
Интернет реклама	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	30
ТВ реклама	+						+								+							+						+	5	
Наружная	+																												+	2
Радио реклама	12:00-13:00	+		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+	15	
	16:00-17:00		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+	14

Заключение

Спасибо за внимание !!!

Литвиненко Анастасия 1-Рис