



Компания по организации физкультурно-оздоровительных мероприятий для пожилых людей

«УЛЫБАЙТЕСЬ!» МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Авдеев Данил | Королёва
Ольга

КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ

- Рост продаж
- Увеличение количества звонков
- Увеличение посещаемости сайта
- Динамика показателя «прибыль – рекламный бюджет»
- Увеличение числа постоянных клиентов и увеличение количества новых клиентов.

КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

- **Реклама** (Сайт, контекстная реклама, плакаты и брошюры, размещенные в профсоюзах ММК и других предприятий города, ЕРКЦ, МФЦ, Пенсионный фонд, Соц.защита населения)
- **PR** (Презентации, Мастер-классы, размещение статей в газете «Магнитогорский Металл» от третьего лица)
- **«Сарафанное радио»** (активные пожилые люди и волонтеры)
- **Промо-акции** («приведи друга»)

КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ. СТОИМОСТЬ И ОБЪЕМ

Каналы продвижения	Средства	Количество	Цена за шт.	Сумма за 1 год
Реклама	Контекстная реклама	1 пакет	4000	4000
	Сайт компании	1 шт.	Бесплатно первый год	Бесплатно
	Баннерная реклама	1 шт.	7000	42000 (6 мес.)
	Плакаты	600 шт.	0.60	400
	Брошюры	4800 шт.	0.60	2800
	Визитки	5000	0.36	1800
PR	Публичные презентации	12	-	-
	Мастер-классы	12	-	-
	Статья в газете	6	-	-
Сарафанное радио	Активные пожилые люди, волонтеры	По договоренности	-	-
Промо-акции	Приведи друга -50%	1 раз в 3 месяца	7500	30000
	Приведи 2 друга -100%			
Итого: 81 000 Р.				

+ 20 000 рублей в год – на маркетинговые мероприятия,
в целях повышения goodwill

СТОИМОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ОДНОГО ПОКУПАТЕЛЯ (САС)

▣ **$101000 : 3840 = 26\text{р.} - 1$** человек в год

Где **101000** это годовой рекламный бюджет, а **3840** – предполагаемое количество клиентов в год (**4** поездки в неделю * на **4** недели * на **20** человек в автобусе * на **12** месяцев)

ГРАФИК ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАНАЛОВ В ГОД

	Средства	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Реклама	Контекстная реклама												
	Сайт												
	Баннер												
	Плакаты												
	Брошюры												
	Визитки												
PR	Презентации												
	Мастер-классы												
	Статья												
Сар.рад.													
Акции	Приведи 1 друга -50%												
	Приведи 2 друга -100%												

МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

- **День пожилого человека – осень**
- **Новогодние праздники – зима**
- **Масленица – весна**
- **День города Магнитогорска и день
Металлурга - лето**

ПЛАН МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Маркетинговое мероприятие	Время проведения	Бюджет
День пожилого человека	Осень (Октябрь)	7000
Новогодние праздники	Зима (Январь)	5000
Масленица	Весна (Март)	5000
День города и день Металлурга	Лето (Июль)	3000
Итог: 20 000р\ год		

ПОВЫШЕНИЕ GOODWILL БИЗНЕСА

- Для повышения **goodwill** будут использоваться вышеперечисленные маркетинговые мероприятия, для двух целевых групп – люди пожилого возраста, а также потенциальных инвесторов (администрация города, профсоюзы, организаторы городских мероприятий).
- **Цель** – повысить уровень имиджа, бренда и репутации компании (не используя крупных вложений), для привлечения потенциальных инвесторов и новых клиентов.

**БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ!
ГОТОВЫ ОТВЕТИТЬ НА
ИНТЕРЕСУЮЩИЕ ВАС ВОПРОСЫ**