

Тема: «Совершенствование рекламной деятельности предприятия (на примере ОАО «Минский часовой завод»)»



Студент
ФМк, 4 курс, ДМР - 1

Д.А. Шуба

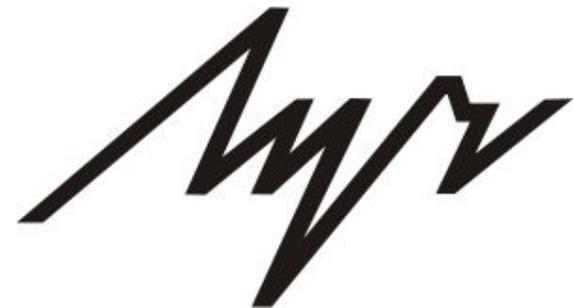
Руководитель
ассистент

Ю.Е. Анкинович

Объект исследования - рекламная деятельность ОАО «Минский часовой завод».

Предмет исследования - отношения, складывающиеся в ходе осуществления рекламной деятельности ОАО «Минский часовой завод».

Цель дипломной работы - проанализировать рекламную деятельность ОАО «Минский часовой завод» и предложить мероприятия по ее совершенствованию.



Открытое акционерное общество “Минский часовой завод” является крупнейшим производителем часов в Республике Беларусь и на территории стран СНГ.

Предприятие производит более 1500 моделей часов, ассортимент которых обновляется с каждым годом.

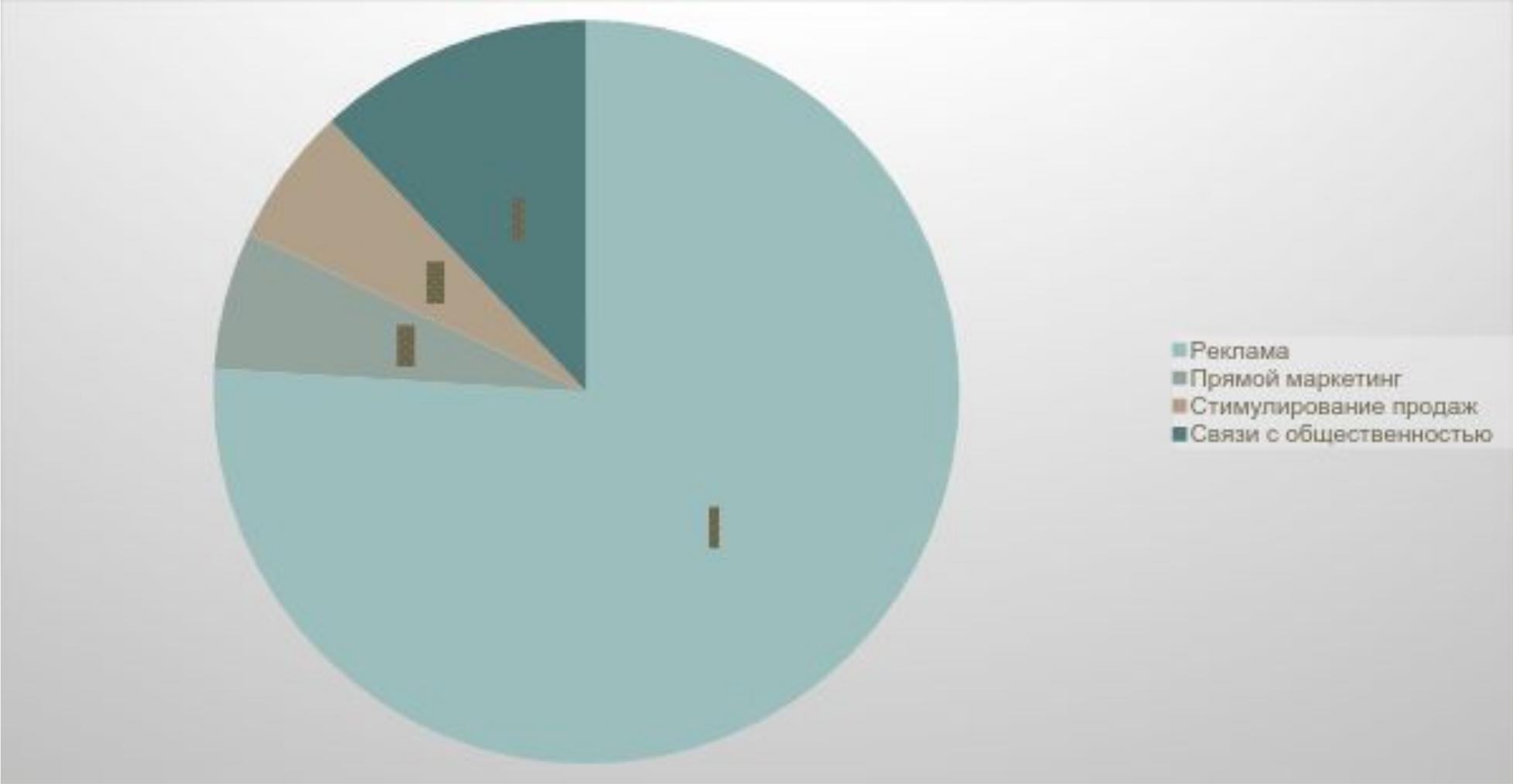
Основную часть потребителей данной продукции составляют мужчины и женщины 25-45 лет.



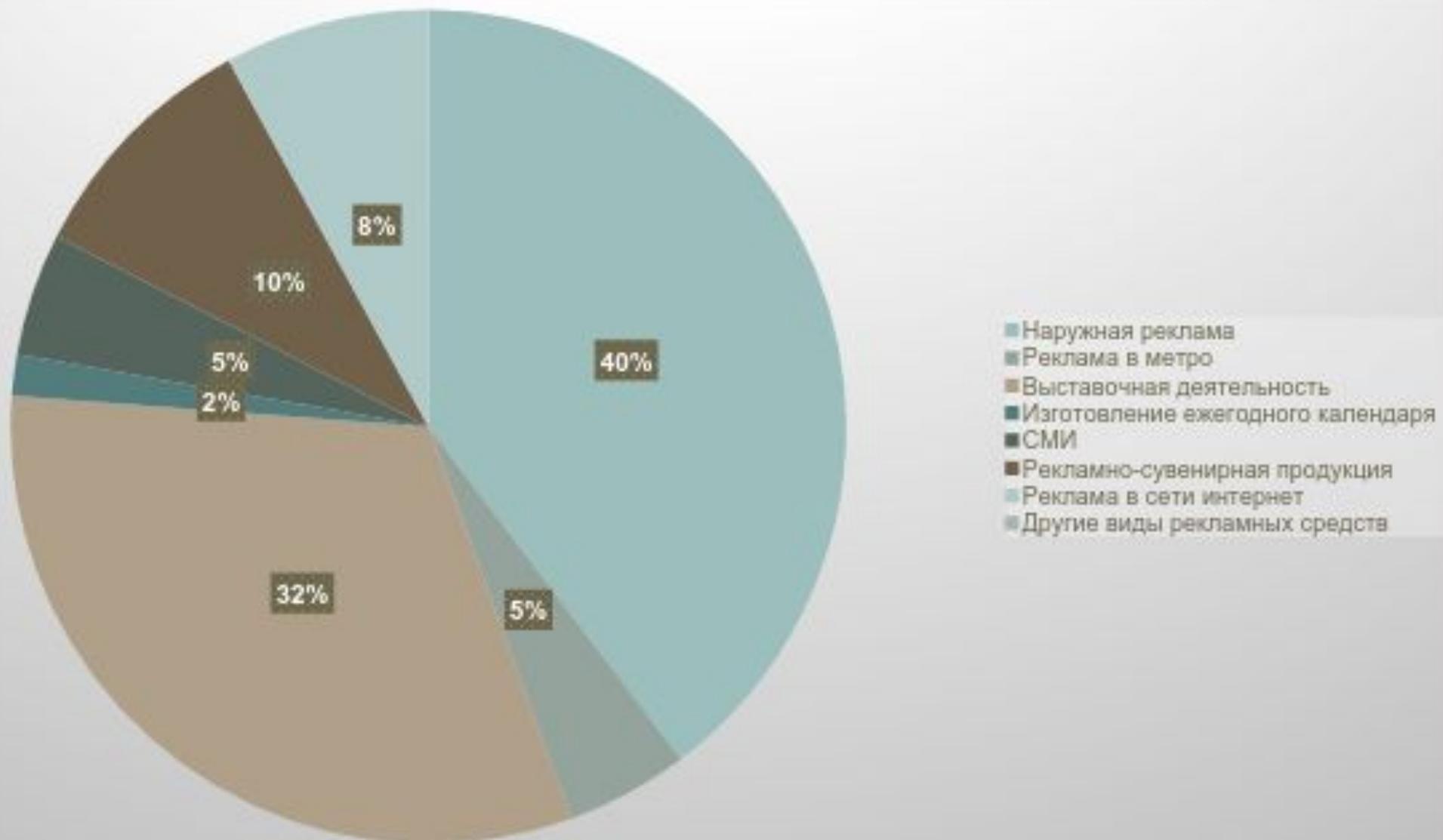
АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МИНСКИЙ ЧАСОВОЙ ЗАВОД» ЗА 2013-2015 ГГ.

показатель	Ед. изм.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Темп изменения, %	
					2014 к 2013	2015 к 2014
Выручка от реализации без НДС	Млн. р.	44346,7	53201,7	61773,3	119,9	116,6
Себестоимость реализованных товаров	Млн. р.	33436	38130	46180	114	121,1
Прибыль от реализации	Млн. р.	8610,7	12345,7	12220,3	143,4	99
Рентабельность реализованной продукции	%	25,6	32,4	26,5		
Рентабельность продаж	%	19,41	23,2	19,8		

СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ОАО «МИНСКИЙ ЧАСОВОЙ ЗАВОД»



АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ НА РЕКЛАМУ В 2015 ГОДУ



ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНАЛИЗА РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МИНСКИЙ ЧАСОВОЙ ЗАВОД» ВЫЯВЛЕНЫ СЛЕДУЮЩИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ:

- ✓ Предприятие является спонсором телевизионных проектов, таких как детское и взрослое Евровидение, где в качестве подарка всем участникам предоставлялась продукция ОАО «МЧЗ»;
- ✓ сотрудничество с ФК «Динамо-Минск»;
- ✓ предоставление продукции предприятия в качестве сувенирных подарков для участников и организаторов Международного конкурса молодых исполнителей популярной музыки «Детская Новая волна»;
- ✓ для повышения лояльности к торговой марке и увеличения объема продаж изготавливались рекламно-сувенирная продукция с логотипом ОАО «Минский часовой завод»: пакеты, ручки, буклеты, флаеры для предоставления в торговую сеть. Затраты на данный вид рекламы составили 49 миллионов рублей;
- ✓ предприятие активно использует выставочную деятельность. За 2015 год предприятие участвовало в четырех выставках, одна из которых прошла в Москве. По результатам выставочной деятельности за данный год удалось заключить 11 новых контрактов.

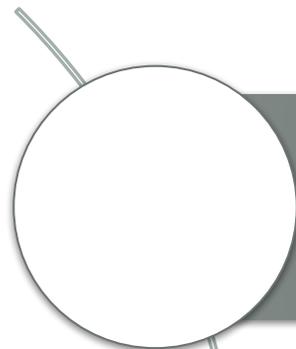


НЕДОСТАТКИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МИНСКИЙ ЧАСОВОЙ ЗАВОД»

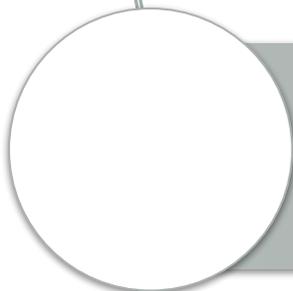
- ✓ Затраты предприятия на наружную рекламу составляют 25% от общего объема, несмотря на то, что количество контактов достаточно большое (больше 1 миллиона), затраты на 1000 контактов очень высоки.
- ✓ На базе имеющего сайта предприятия был открыт интернет-магазин. На протяжении 2015 года дважды размещался рекламный баннер на сайте tut.by. Стоит отметить, что одного портала для размещения рекламы недостаточно, так как с развитием информационных технологий, все большее количество рекламного пространства занимает реклама в сети Интернет.
- ✓ При вводе слов «часы Минск» или «часы» в поисковых системах google или yandex, потенциальный потребитель не может перейти на сайт luch.by. Для перехода на сайт необходимо обязательно вводить слово «луч».



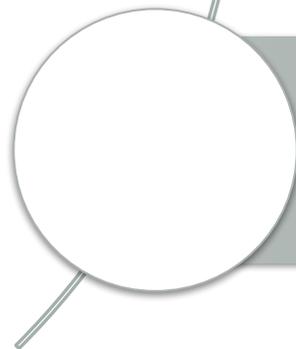
НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МИНСКИЙ ЧАСОВОЙ ЗАВОД»



Использование контекстной рекламы
(поисковая машина yandex)



Использование медийной рекламы
(рекламные баннеры на сайтах migom.by и
onliner.by)



Использование средств внутренней рекламы



ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В ПОИСКОВОЙ МАШИНЕ YANDEX

Наименование рекламной площадки	Возможный охват целевой аудитории (месяц)	Возможное количество показов рекламного блока (месяц)	Возможная частота контакта целевой аудитории с рекламным носителем	Удельная стоимость показа рекламного блока 1000 уникальных посетителей	Удельная стоимость привлечения 1-го посетителя на сайт рекламодателя, бел руб	Количество привлечённых пользователей (месяц)
Yandex.ru	3041	45656	15,01	1964793	1414	2814

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ МЕДИЙНОЙ РЕКЛАМЫ

Наименование рекламной площадки	Возможный охват целевой аудитории (день)	Возможное количество показов рекламного блока (день)	Возможная частота контакта целевой аудитории с рекламным носителем	Удельная стоимость показа рекламного блока 1000 уникальных посетителей, бел. руб.	Удельная стоимость привлечения 1-го посетителя на сайт рекламодателя, бел. руб.	Количество привлечённых пользователей (день)
Migom.by	7681	20726	4	329384	1878	119
Onliner.by	42035	168141	4,1	427501	1696	214

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ ВНУТРЕННЕЙ РЕКЛАМЫ

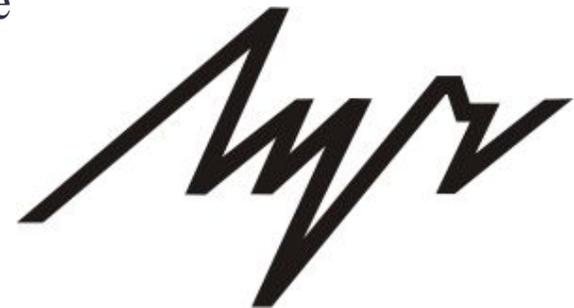
Рекламоноситель	Затраты	Охват (количество контактов)	Затраты на 1000 контактов
Реклама в ТЦ	66 600 000	6 000 000	11 100
Реклама на 3G дисплеях	9 000 000	2 500 000	3600
Реклама на плазменных телевизорах	35 178 916	25 095 000	1402

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Посредством контекстной рекламы за месяц будет привлечено 2814 пользователей. Чтобы привлечь одного посетителя на сайт необходимо 1414 рублей, при полной стоимости контекстной рекламы в месяц 5972970 рублей.

При использовании медийной рекламы на migom.by в течение 10 дней будет привлечено на сайт 1190 пользователя при затратах 2530000 рублей, а посредством рекламы на onliner.by в течение 30 дней будет привлечено на сайт 6420 пользователей при затратах 17970000 рублей, при общих затратах на медийную рекламу 26472970 рублей.

В результате выбранных рекламных мероприятий ОАО «Минский часовой завод» получит 59805,42 млн. рублей дополнительной выручки и прибыль в размере 284,85 млн. рублей.



**СПАСИБО
ЗА
ВНИМАНИЕ !**

