

РЕКЛАМНИЙ ПЛАН

POWER MEDIA

С О М П А Н И

На ринку Інтернет-реклами є 3 основні майданчики для надання послуг контекстної реклами, а також основних 4 пошукових системи для надання послуг по пошуковому просуванню сайтів.

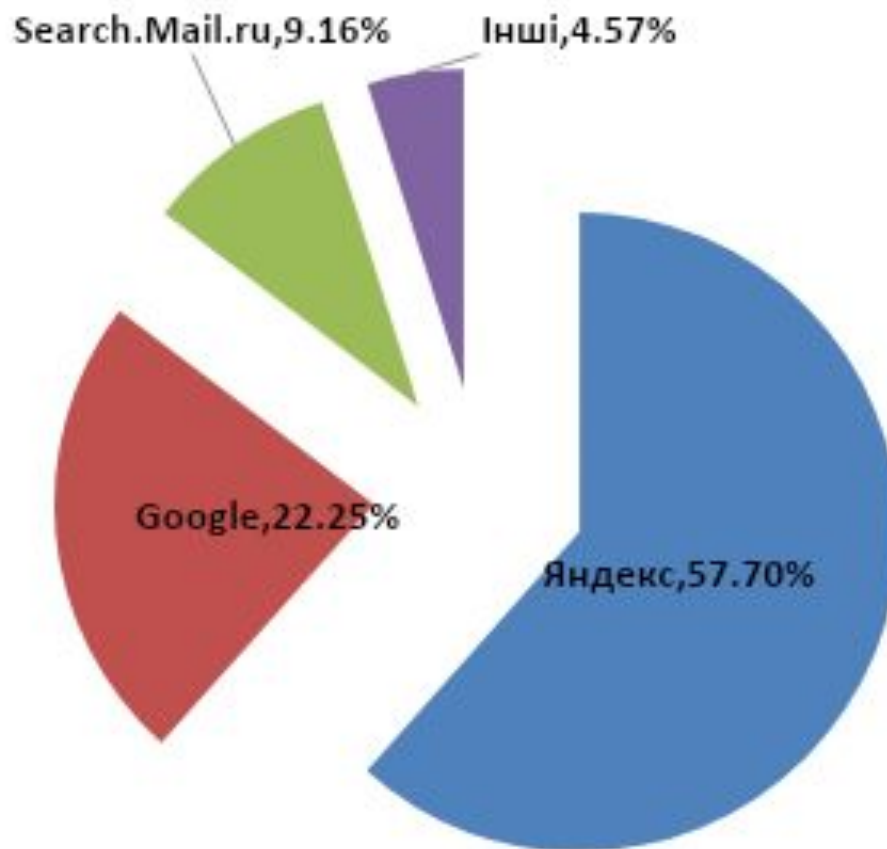


Рис. Частка пошукових систем Інтернету

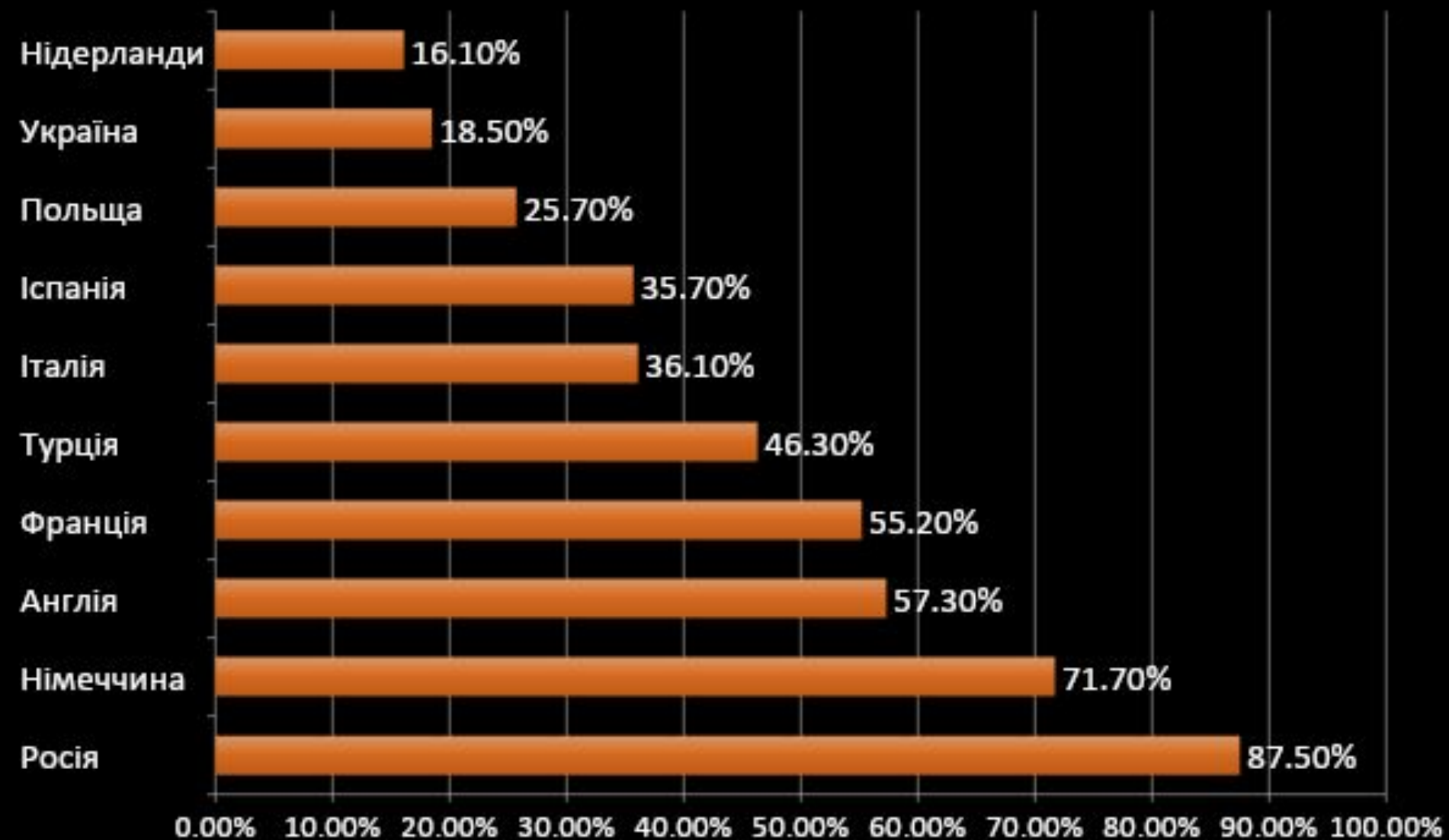


Рис. ТОП-10 КРАЇН ЄВРОПИ ЗА КІЛЬКІСТЮ КОРИСТУВАЧІВ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ
2015 РОКУ

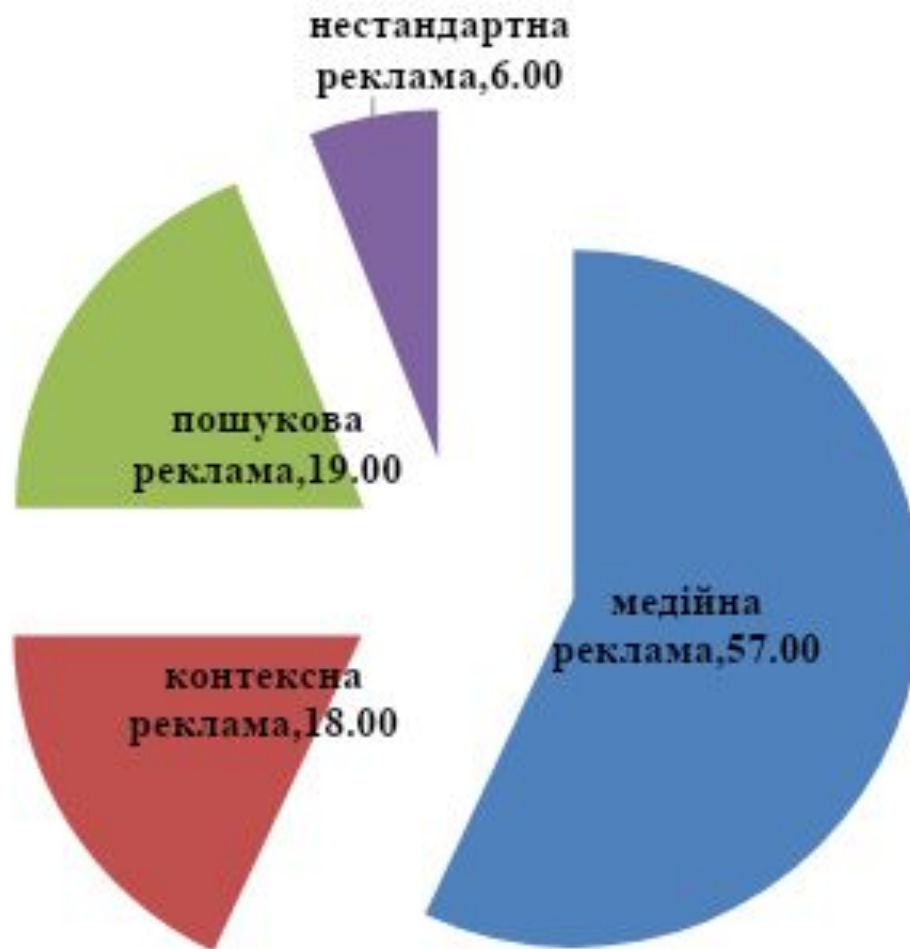
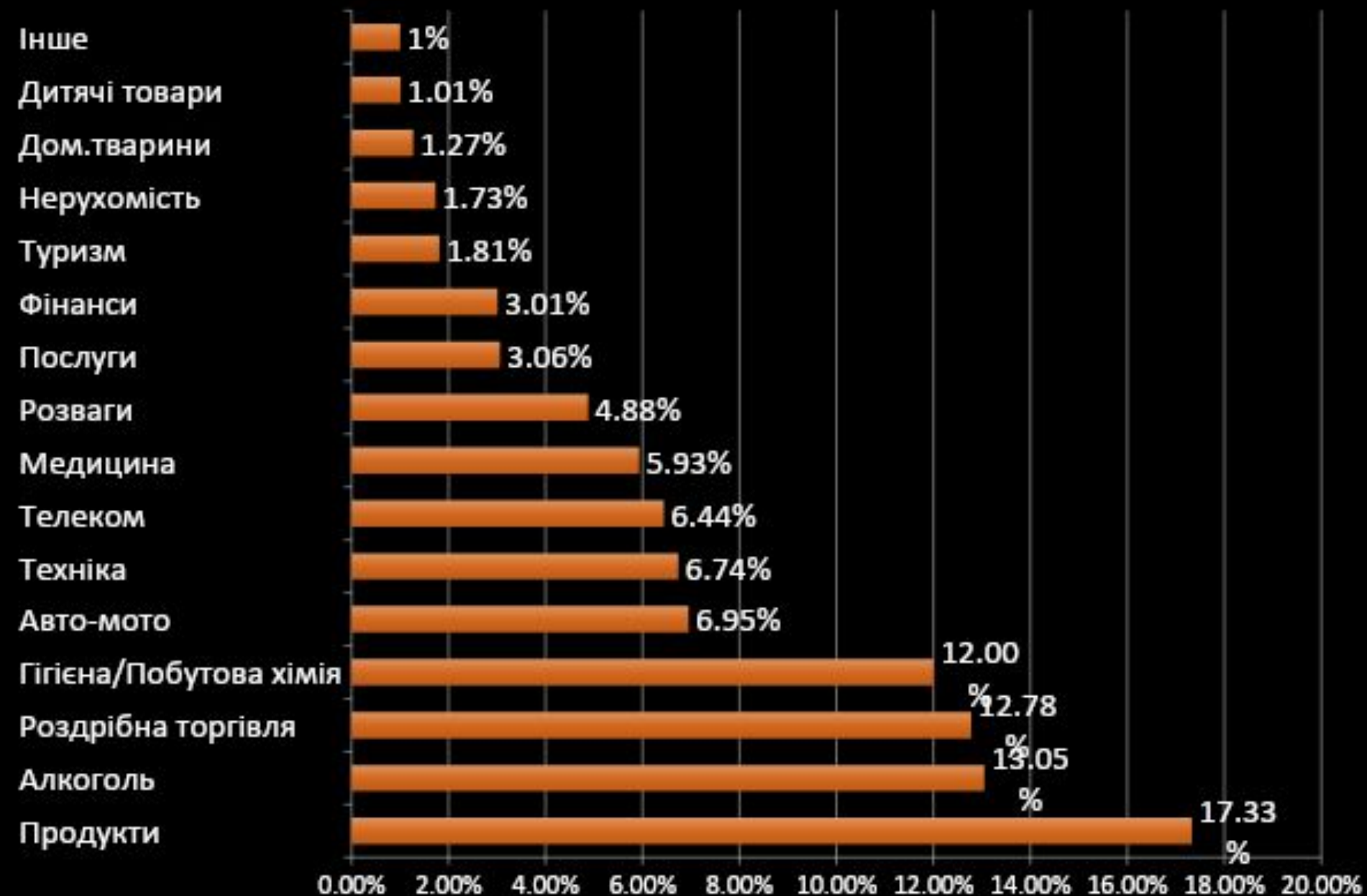


Рис. Частка видів Інтернет-реклами в Україні



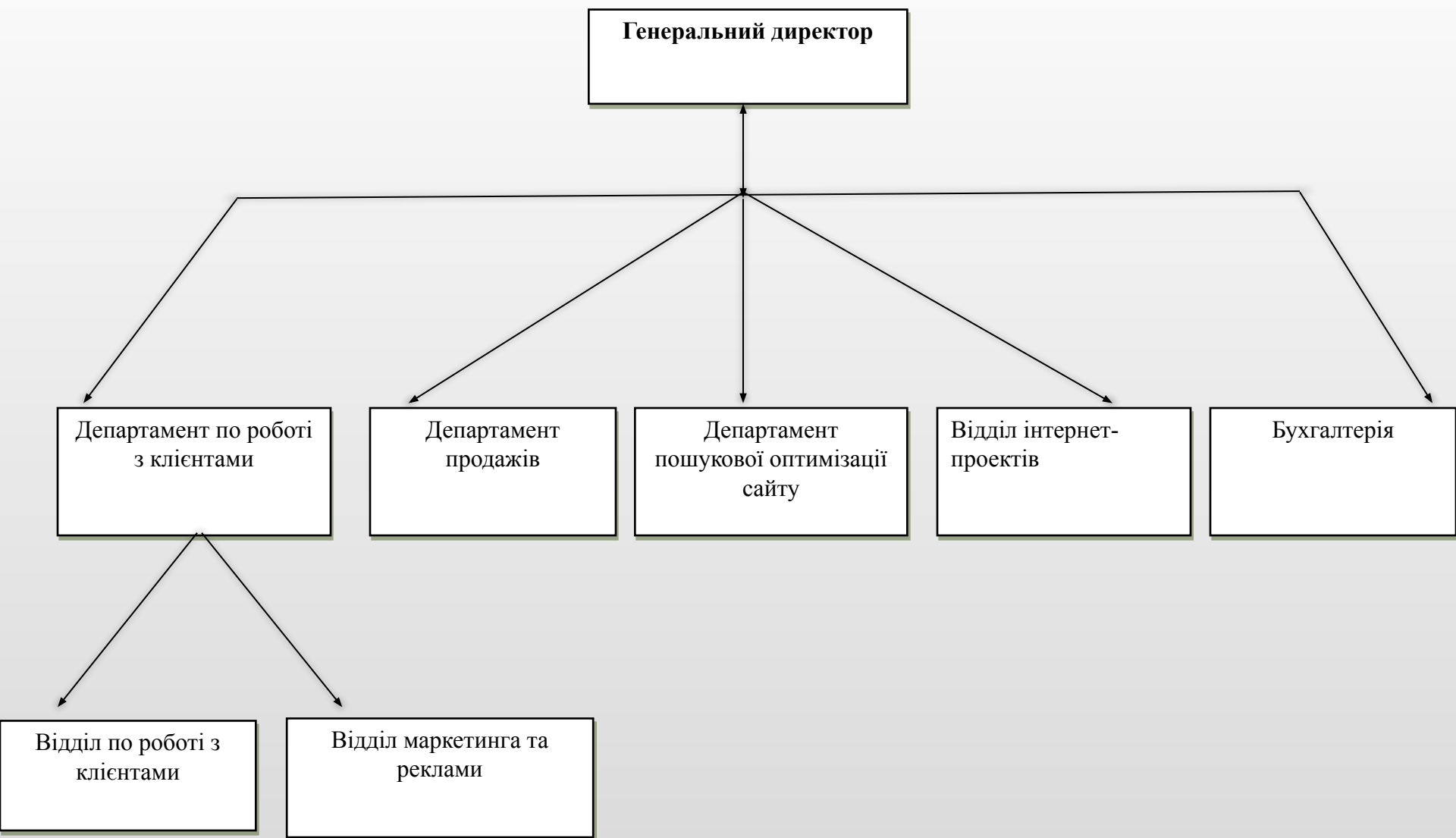


Рис. Структура управління «Power Media Company»

Аналіз товарної політики

Оптимізація сайту

Контекстна реклама

Розробка сайтів

Медійна реклама

Просування

Хостинг

Комплексний аудит сайту

Технічна підтримка сайтів

Ціни:

Ціни
товарів-конкуrentів

Тематика

Кількість
конкуrentів

Стадія ЖЦТ

Завчасність

Складність
завдання

Цілі:

підтримка доброзичливих
відносин між фірмою, її
діловими партнерами і
громадськістю;

формування/підтримка
лояльності споживачів;

інформування громадськості
про діяльність підприємства;

формування сприятливого
іміджу торгової марки фірми;

інформування споживачів;

стимулювання збуту товарів

ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

START

грн500/міс

CLASSIC

грн1500/міс

PROFESSIONAL

грн3000/міс

Створення групи

Створення групи

Створення групи

VK.com

VK.com

VK.com

Facebook.com

Facebook.com

Facebook.com

Створення унікальної
аватарки групиСтворення унікальної
аватарки групиСтворення унікальної
аватарки групиЗбільшення підписників у
групі, к-ть од. в місяць (300)Збільшення підписників у
групі, к-ть од. в місяць (400)Створення унікального
дизайна групи та меню

Матеріали для розміщення

Матеріали для розміщення

Збільшення підписників у
групі, к-ть од. в місяць (700)

30 постів в місяць

90 постів в місяць

Матеріали для розміщення

Видалення спама

Видалення спама

150 постів в місяць

Робота з негативом

Робота з опитуваннями

Робота з обговореннями

Робота з опитуваннями

Інструменти:

Інтернет-реклама

Прямий маркетинг

Контекстна реклама

Пошукове просування

Стимулювання збуту

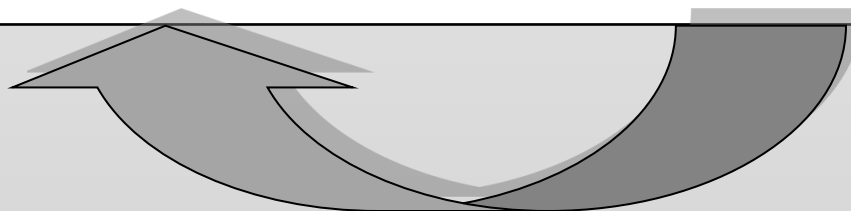
Продвижение «SMM»

По акции мы предлагаем VIP пакет по цене пакета «Оптимальный» 2 000 грн.
(экономия 1 200 грн.)

Вы получите:

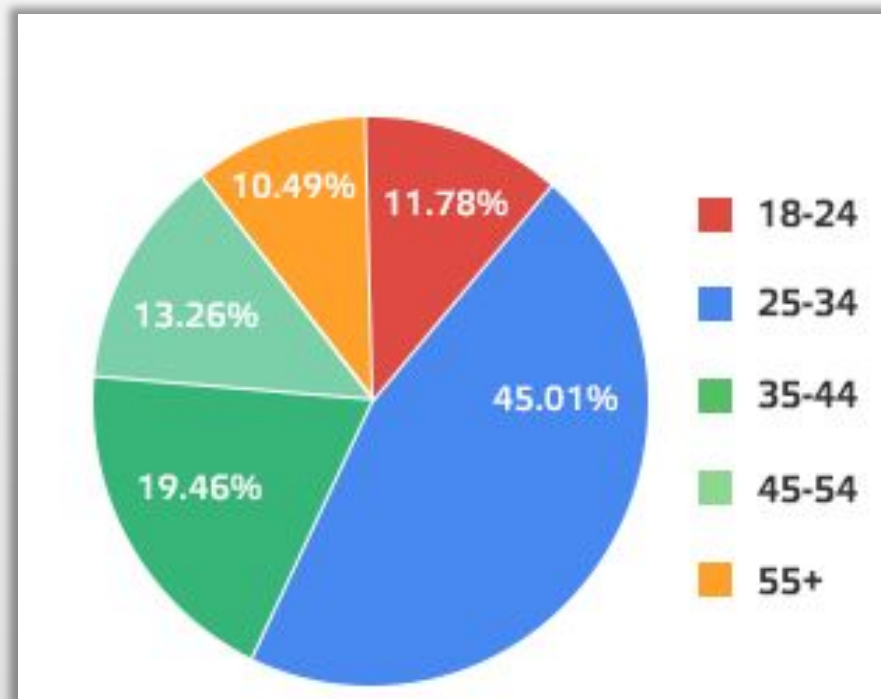
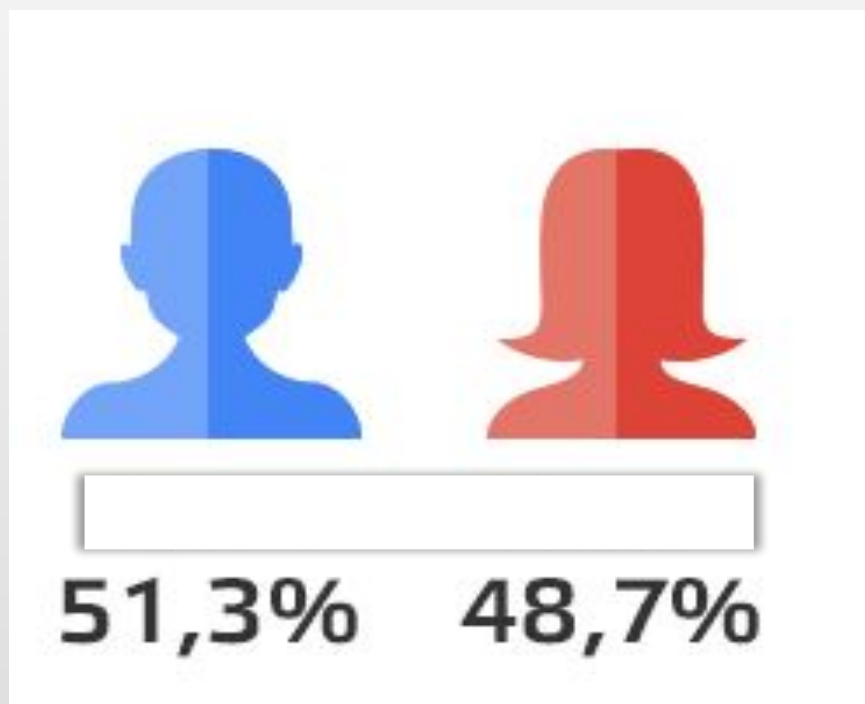
Facebook	Вконтакте	Instagram
Разработка стратегии	Разработка стратегии	Разработка стратегии
Оформление аватара сообщества	Оформление аватара сообщества	Привлечение целевых подписчиков
Создание и публикация до 100 постов в месяц (2-4 в день)	1-3 активности в месяц (конкурс или опрос)	Полное ведение аккаунта под ключ (разработка индивидуального стиля, размещение контента, описание, хештеги, ответы в комментариях). Использование геотеггинга – привязку фотографий к карте
1-3 активности в месяц (конкурс или опрос)	Создание и публикация до 100 постов в месяц (2-4 в день)	
Модерация сообщества (удаление спама и работа с комментариями)	Модерация сообщества (удаление спама и работа с комментариями)	
500-700 подписчиков в месяц	500-1000 подписчиков в месяц	

Автоматическая интеграция фотографий из Instagram в Facebook



Зовнішнє середовище		
Внутрішній потенціал	<p>Можливості (O):</p> <ul style="list-style-type: none"> - залучення нових споживачів, - збільшення частки ринку за рахунок конкурентів, - розвивати нові напрями в Інтернет-рекламі, - розширення нових програмних послуг, - залучення нових сегментів ринку. 	<p>Загрози (T):</p> <ul style="list-style-type: none"> - втрата позиції лідера за рахунок економічної кризи, - нестабільності у трудовій сфері, - зростання конкуренції, - падіння платоспроможності споживачів.
<p>Сили (S):</p> <ul style="list-style-type: none"> - ціни, що охоплюють різні цінові сегменти, - широкий асортиментний ряд, - сильна комунікаційна політика, - висока кваліфікація персоналу, - висока якість послуг, - тривалий час перебування на ринку, <p>позитивна ділова репутація.</p>	<p>Поле SO:</p> <p>Стратегія «використовуючи наявний потенціал повною мірою, розширювати послуги для задоволення зростаючого попиту населення»</p>	<p>Поле ST:</p> <p>Стратегія «активно провадити маркетингову діяльність для інформування ширшого кола потенційних споживачів»</p>
<p>Слабкості (W):</p> <ul style="list-style-type: none"> - недостатнє заохочення персоналу, 	<p>Поле WO:</p> <p>Стратегія «на підприємстві необхідно вдосконалювати систему управління маркетингом для досягнення можливих переваг»</p>	<p>Поле WT:</p> <p>Стратегія «недопущення зниження рівня потенційних можливостей стосовно сильних конкурентів»</p>

Портрет споживача:



Розподіл бюджету на комунікаційні заходи:

Назва заходу	Витрати, тис. грн	Питома вага витрат, %
Реклама в Інтернеті	20,0	36,4
Е-mail розсилання	0	0
Стимулювання збуту	35,0	63,6
Всього	55,0	100

Витрати на стимулювання збуту:

Стимулювання надає змогу мотивувати персонал компанії шляхом премії за чудово виконану роботу, а також прагнення приносити все більше прибутків і покращувати імідж нашої фірми, а також мотивує певними знижками наших постійних клієнтів, щоб вони залишалися з нами та зацікавлює нових клієнтів із нашою співпрацею з ними

У табл. наведено витрати на стимулювання збуту

Назва	Вартість, грн
- знижки	15 000
- премії персоналу	20 000
Всього	35 000

Витрати на рекламу в Інтернеті:

Будуть постійно оновлюватися та активно працювати наші сторінки в Vк і в Facebook. Також щомісяця витрачатимуться кошти на контексну рекламу (Google) та на підтримку сайту «Power Media Company».

У табл. наведено витрати на розміщення реклами в Інтернеті

Назва	Вартість, грн
Соціальні мережі	5 000
Контекстна реклама	10 000
Підтримка сайту	5 000
Всього	20 000

Витрати на E-mail розсилання:

Метою E-mail розсилання є оповіщення потенційних споживачів про нашу компанію, нові послуги, нові акції.

E-mail розсилання є менш ефективним засобом, оскільки більшість людей рідко перевіряють електронну пошту, але більш дешевим. Оскільки E-mail розсилання потребує лише затрати часу, а здійснюється маркетологом або людиною яка займається цим, до обов'язків якого входить інформування споживачів про знижки та пропозиції, витрати на E-mail розсилання відсутні

Витрати на E-mail розсилання відсутні

Календарний план-графік комунікаційних заходів:

Місяць, 2017 рік	Назва комунікаційного впливу	Реклама в Інтернеті	Е-mail розсилання	Стимулювання збуту
Січень				
Лютий				
Березень				
Квітень				
Травень				
Червень				
Липень				
Серпень				
Вересень				
Жовтень				
Листопад				
Грудень				

План інтегрованих маркетингових комунікацій:

Назва комунікаційного впливу	Цільова аудиторія	Спосіб	Коментар
Реклама в Інтернеті	клієнтам, яким потрібні послуги Інтернет просування	контекстна реклама , підтримка сайту ТОВ «Power Media Company»	підтримка соціальних мереж
Пряма поштова реклама	вже існуючі клієнти з метою формування їх лояльності	оповіщення споживачів про компанію, нові послуги, нові акції	розсилаються засобами комп'ютерного зв'язку
Стимулювання збуту	клієнти нашої компанії і клієнти наших конкурентів, а також персонал компанії	- знижки; -преміювання персоналу	змога мотивувати персонал компанії, а також мотивує наших конкурентів і клієнтів до зацікавленості нашого компанії

Визначення ефективності елементів маркетингових комунікацій

Показники	2014	2015	2016
Оцінка реклами в Інтернеті	1	4	8
Витрати на рекламу в Інтернеті	1,0	5,0	20,0
Оцінка стимулювання збуту	3	6	9
Витрати на стимулювання збуту	14,0	19,5	35,0

Показники ефективності запропонованих елементів маркетингових комунікацій

Індекси	Розрахунки	2015	2016
Індекс ефективності реклами в Інтернеті	2015	0,8	0,5
	$E_{\text{інтер.}} = \frac{4/1}{5,0/1,0} = 0,8$		
	2016		
	$E_{\text{інтер.}} = \frac{8/4}{20,0/5,0} = 0,5$		
Індекс ефективності стимулювання збуту	2015	1,4	0,8
	$E_{\text{стим.збут.}} = \frac{6/3}{19,5/14,0} = 1,4$		
	2016		
	$E_{\text{стим.збут.}} = \frac{9/6}{1,5/1,8} = 0,8$		

Загальна ефективність заходів маркетингових комунікацій у 2015 та 2016 роках

$$E_{2015}^{\text{КОМ.}} = \sqrt{0,8 * 0,5} = 0,63$$

$$E_{2016}^{\text{КОМ.}} = \sqrt{1,4 * 0,8} = 1,05$$