

Интернет - реклама сетевой розницы на примере ТК «Персей для детей»

Выполнила:

Родионова Е.М.

Научный руководитель:

ст. преподаватель Петушкева М.К.



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – разработка (планирование) рекламной кампании в сети Интернет на примере ТК "Персей для детей"

Задачи:

- 1.рассмотреть основные типы виды рекламы Интернете, понятие рекламной кампании;
- 2.выявить критерии эффективности интернет-рекламы;
- 3.проанализировать действующую рекламную деятельность ТК «Персей для детей»;
- 4.разработать рекламную кампанию для ТК «Персей для детей».
- 5.провести аудит и разработать рекомендации по совершенствованию веб-сайта компании "Персей для детей".



ГИПОТЕЗЫ

1. Недостатки в визуальном облике веб-сайта компании "Персей для детей» приводят к значительному снижению эффективности проведения рекламной кампании в сети Интернет.
2. Исправление указанных недостатков повысит конверсию с 0% до 0,2-0,4%.
3. Современный облик сайт способствует увеличению лояльности пользователей.
4. Контекстная реклама - эффективный канал продаж.



Теоретические основы разработки рекламной кампании в сети Интернет

Этапы разработки рекламной кампании в сети Интернет:

Этапы разработки
стратегии Интернет-
продвижения

Этап разработку	Действия на этапе разработки
Определение целей и постановка задач	Проецируем глобальные цели бизнеса на маркетинговые кампании в Интернете.
Разработка системы критериев по измерению эффективности (KPI)	По данным метрикам вы сможете проанализировать, успешна ли компания, окупаются ли инвестиции, определить размер прибыли.
Проведение анализа конкурентов	Выясняем стратегии ваших конкурентов, определяем их сильные стороны и слабые места.
Анализ текущей представленности компании в Сети	Выявляем недостатки, которые мешают успешному развитию вашего бизнеса в интернете, анализируем итоги предыдущих кампаний, делаем выводы на будущее.
Модернизация сайта	Исправляем текущие недостатки, готовим ресурсы к проведению рекламных кампаний.
Составление медиаплана	Создаем рекламную стратегию, в которой четко прописано, как мы будем привлекать целевую аудиторию на сайт и повышать эффективность его работы.
Разработка ресурсной стратегии	Разграничиваем то, что будет делаться своими силами, и что будет передано на аутсорсинг.
Оценка эффективности кампании	Предоставление отчетов, консультации по ходу работы, при необходимости внесение корректировок в рекламную кампанию с целью повышения ее эффективности.

Анализ рекламной деятельности в сети Интернет на примере ТК «Персей для детей»

Анализ деятельности ТК «Персей для детей»:

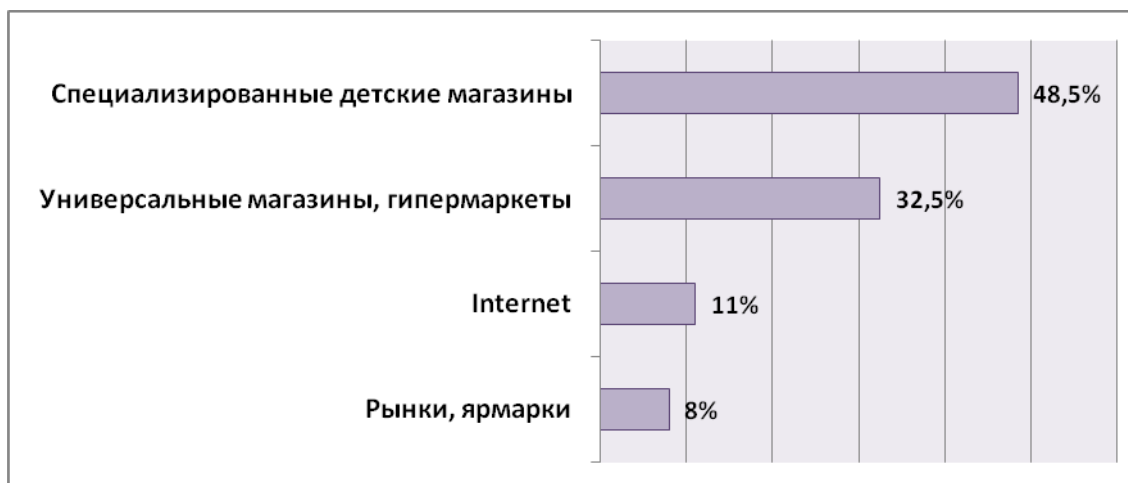


«Персей для Детей» - сеть торговых центров розничной торговли товаров и услуг для детей, подростков и будущих мам в городе Москве

- 6 современных торговых центров «Персей для детей» в Москве
- Общая площадь более 25 000 кв. м.
- Позиционирование - детские площадки с конкурентными высоким уровнем обслуживания абсолютно полным ассортиментом товаров в возрасте до 16 лет
- Стратегическая цель - развитие крупнейшей в России розничной сети по торговле товарами детского ассортимента

Анализ рекламной деятельности в сети Интернет на примере ТК «Персей для детей»

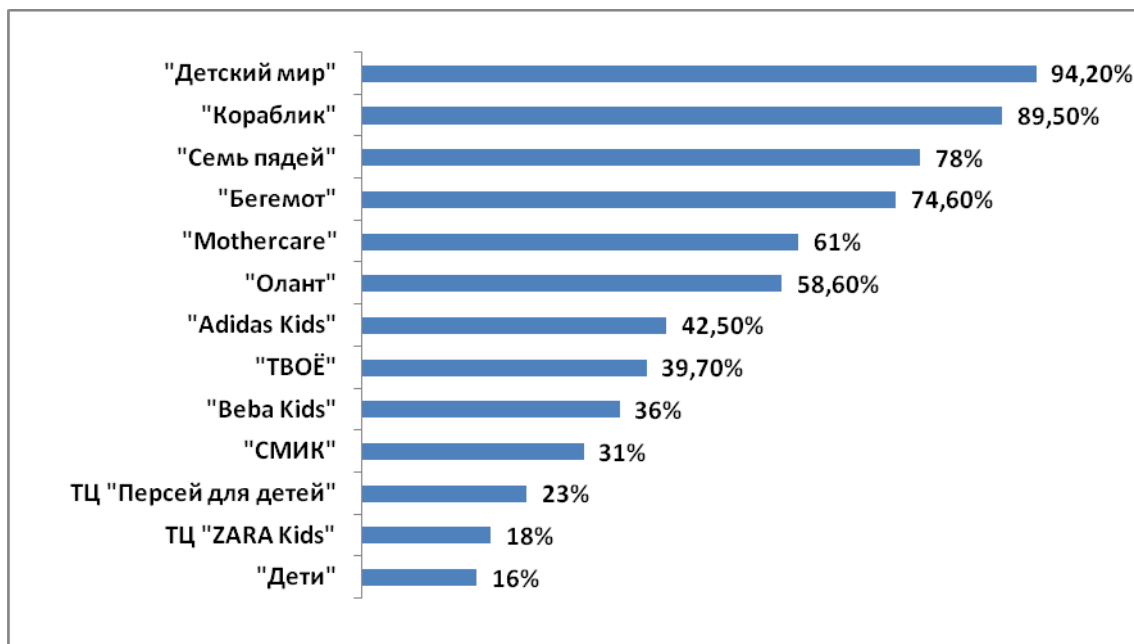
Анализ внешней и внутренней среды ТК «Персей для



Места покупки детских товаров

Анализ рекламной деятельности в сети Интернет на примере ТК «Персей для детей»

Анализ внешней и внутренней среды ТК «Персей для



Уровень знания магазинов (общий рейтинг)

Анализ рекламной деятельности в сети Интернет на примере ТК «Персей для детей»

Анализ внешней и внутренней среды ТК «Персей для

SWOT-анализ

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
1. Узнаваемый бренд 2. Наличие сайта 3. Яркий привлекательный фирменный стиль 4. Более широкий товар и доступные цены 5. Большой опыт работы 6. Работа на стабильный и известный сегмент рынка 7. Позитивный имидж компании 8. партнерство с поставщиками 9. Высокая финансовая бизнеса 10. система стимулирования покупательского интереса	1. Демотивирующая компенсации сотрудников, стимулирующая к продаж 2. Высокая кадров - Отсутствие хорошей рекламы 4. подбор кадрового состава - Низкая заинтересованность в развития организации - Отсутствие корпоративной культуры - Невнимательное отношение покупателям со обслуживающего персонала
ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
1. экономическая ситуация стране 2. Сокращение безработных 3. Снижения со стороны органов 4. Увеличение потребностей 5. Выход на новые рынки. 6. Развитие интернет рекламы.	1. Растущее давление 2. Нестабильность \$. Закупочные привязаны к а продаются рублях 3. Рост Снижение покупательской способности 4. Повышение налогового коэффициента

Анализ рекламной деятельности в сети Интернет на примере ТК «Персей для детей»

Анализ рекламной деятельности ТК «Персей для детей» в сети

Основные проблемы сайта:

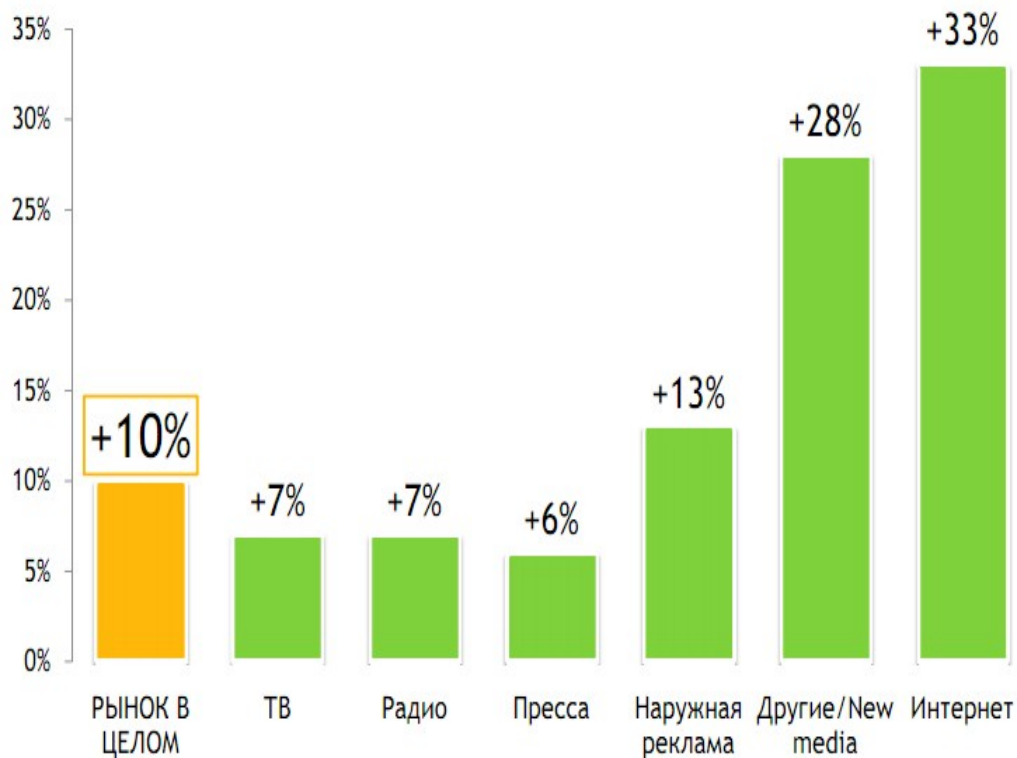
- низкая конверсия (заказов с сайта практически нет);
- неоптимизированный каталог товаров;
- высокий процент отказов с сайта;
- тексты не оптимизированы;
- затруднена навигация по сайту



Главная страница сайта
www.perseybaby.ru

Анализ рекламной деятельности в сети Интернет на примере ТК «Персей для детей»

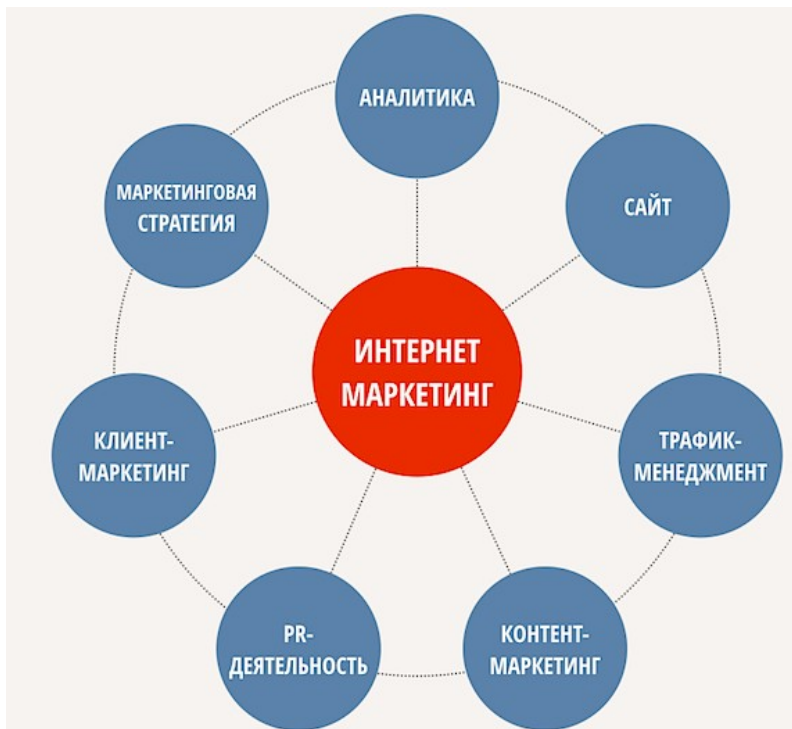
Анализ рекламной деятельности ТК «Персей для детей» в сети



Сравнение эффективности Интернет рекламы с другими источниками

Планирование рекламной кампании в Интернете для ТК «Персей для детей»

Выбор медиаканалов для рекламной кампании ТК "Персей для



- ✓ Контекстная реклама в Яндексе
- ✓ Медийно-контекстная реклама в сети Интернет
- ✓ SMM
- ✓ Оптимизация для мобильных устройств
- ✓ Редизайн сайта www.perseybaby.ru
- ✓ Программа обеспечения лояльности посетителей

Реализация Интернет-стратегии
ТК «Персей для детей»

Планирование рекламной кампании в Интернете для ТК «Персей для детей»

Выбор медиаканалов для рекламной кампании ТК "Персей для

Позиции www.perseybaby.ru в Яндекс:

Ключевое слово	Позиция	Запросов в месяц	Результаты	Директ
магазин для детей	16	50,845	39,161	\$2.96
горящая лампочка	9	23,438	39,742	\$0.08
зимой холодно	10	5,037	74,145	\$0.02
чем занять ребенка летом	9	4,394	66,398	\$0.04
персей магазин	1	4,271	15,568	\$0.85
клуб день рождения	15	3,845	56,313	\$0.2
поза ребенка	19	3,398	57,133	\$0.01
выбрать велосипед	18	2,032	29,634	\$1.73
детские товары игрушки	11	1,000	15,711	\$1.4
почему зимой холодно	🔒	🔒	🔒	🔒
persy	🔒	🔒	🔒	🔒
персей	🔒	🔒	🔒	🔒
товары для детей и игрушки	🔒	🔒	🔒	🔒
товары для детей	🔒	🔒	🔒	🔒

[Добавить поисковые фразы](#) [Excel](#)

Позиции www.perseybaby.ru в Google:

Ключевое слово	Позиция	Запросов в месяц	Результаты	Adwords	Конкуренция
персей	1	2,400	498,000	\$0.35	0.03
ябеда	15	320	262,000	\$0.1	0
дырочки	3	320	532,000	\$0.05	11.06
игры с водой	17	110	6,640,000	\$0.12	0.03
что такое молния	8	58	339,000	\$0.05	15.03
советы специалистов	1	28	7,040,000	\$0.05	11.71
почему зимой холодно	2	22	190,000	\$0.05	11.43
зеленые растения	5	16	402,000	\$0.05	11.37
что такое гром	3	16	338,000	\$0.05	11.07
персей магазин	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
зима холодно	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
зимой холодно	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒

[Добавить поисковые фразы](#) [Excel](#)

Ключевые слова в поисковой системе
Яндекс



Планирование рекламной кампании в Интернете для ТК «Персей для детей»

Планирование рекламной кампании ТК «Персей для детей» в сети Интернет:

Цель - повышение продаж и привлечение людей в ТК "Персей для детей». **Период** проведения кампании 3 месяца.

Этапы:

1. Запуск контекстной медийно-контекстной рекламы
2. Запуск SMM-продвижения
3. Доработка юзабилити сайта
4. Внедрение страницы FAQ
5. Работа с отзывами , публикация их на сторонних площадках
6. Формирования базы мобильных номеров для sms-рассылок
7. Запуск карты лояльности «Loyalty Card»
8. Запуск единого короткого номера 8-800
9. Разработка мобильного приложения для детей



Планирование рекламной кампании в Интернете для ТК «Персей для детей»

Планирование рекламной кампании ТК «Персей для детей» в
сети Интернет:

Общий бюджет кампании в Интернет

Мероприятия	Стоимость месяца, руб.	Стоимость месяцев, руб
Контекстная в Яндекс	29000	87000
Медийно- контекстная	7500	22500
в т.ч. стоимость баннера	4500	-----
Оплата специалиста, занимающегося Интернет- продвижением	15000	45000
на SMM	20000	6000
Итого:	76000	214500



Интернет - реклама сетевой розницы на примере ТК «Персей для детей»

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!