

Разработка рекламной кампании  
на примере салона красоты  
«СОВЕРШЕНСТВО»



Выполнил: Ю. И. Понкратова

Научный руководитель: к.и.н., доцент В.Г. Шур

# Цель и задачи исследования

Цель – разработать рекламную кампанию и определить пути её реализации в ООО «Совершенство»

## Задачи исследования

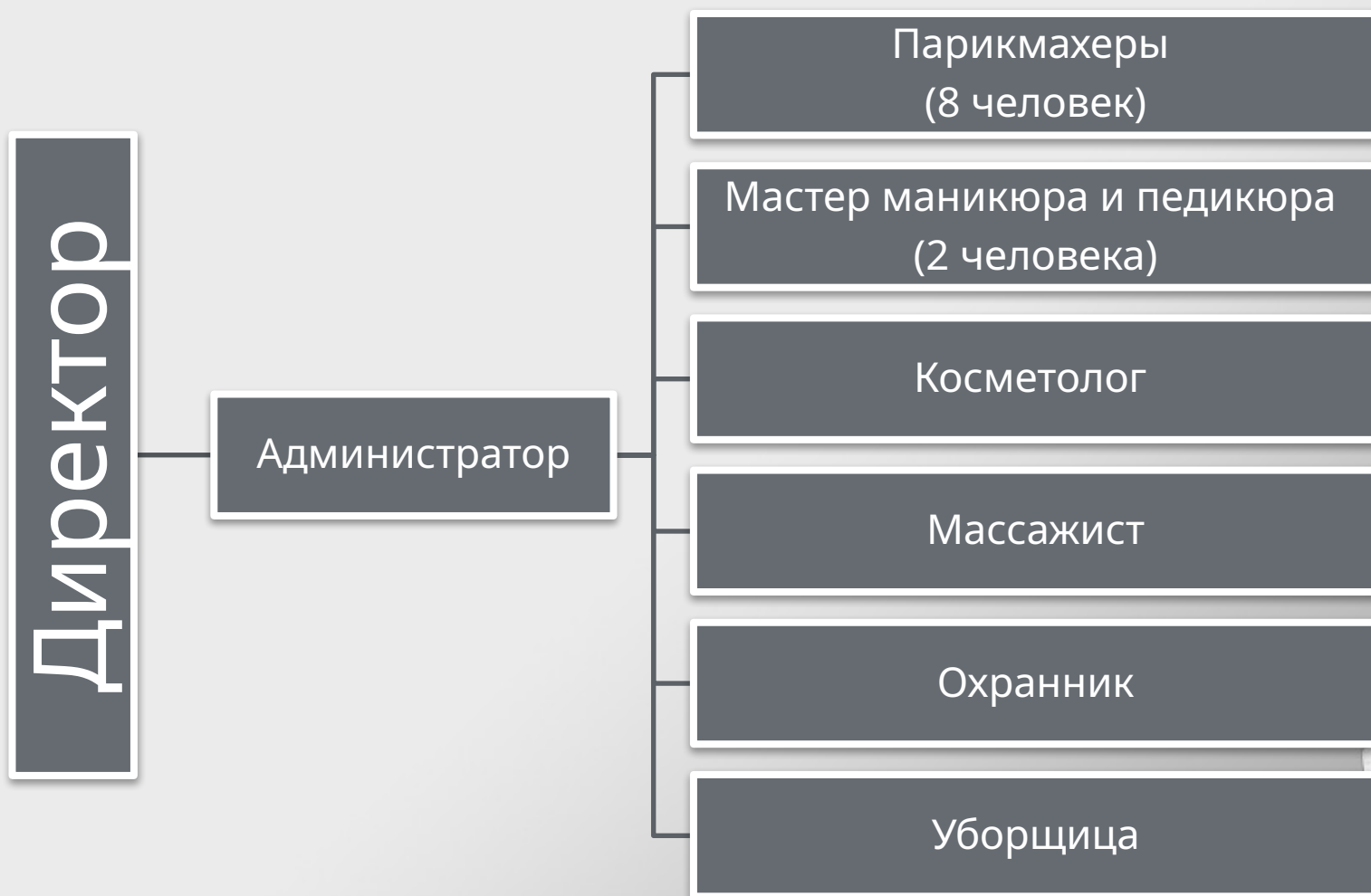
- Изучить сущность и виды рекламных кампаний
- Раскрыть этапы рекламных кампаний
- Проанализировать рекламную деятельность в ООО «Совершенство»
- Разработать проект рекламной кампании ООО «Совершенство» и определить возможные пути ее реализации



# Процесс рекламной коммуникации и задачи на каждом этапе



# Организационная структура ООО «Совершенство»



# Этапы проведения рекламной кампании салона красоты «Совершенство»

Принятие  
решения о  
проведении



Разработка  
рекламных  
обращений



Формирование  
центра  
принятия  
решения



Запуск рекламы



# Цели, влияющие на процесс принятия решения

| № | Факторы, влияющие на поведение при покупке. | Оценка рекламы                                                                |
|---|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Осознание потребности                       | 2 (нет рекламы, напоминающей о том, что например, отсутствует данная услуга). |
| 2 | Ознакомление с продуктом                    | 5 (размещена в газетах, на стендах, по телевидению и т.д.)                    |
| 3 | Убеждение в необходимости покупки           | 5 (реклама о скидках)                                                         |
| 4 | Желание совершить покупку                   | 4 (проявляется не существенно).                                               |
| 5 | Приобретение                                | -                                                                             |
| 6 | Закрепление повторной покупкой              | 5 (дисконтные карты)                                                          |



# Оценка оформления

| Вид оформления                    | 1   | 2   | 3   | 4    | 5    | Бал |
|-----------------------------------|-----|-----|-----|------|------|-----|
| Дизайн                            | 2   | 1   | 2   | 23   | 4    | 3.8 |
| Фотографии                        | 1   | 2   | 6   | 13   | 10   | 3.9 |
| Графики                           | 2   | 4   | 6   | 15   | 5    | 3.5 |
| Текстовые                         | 1   | 3   | 4   | 20   | 4    | 3.7 |
| Среднее число поставленных оценок | 1.5 | 2.5 | 4.5 | 17.8 | 5.75 | 3,7 |



# Соотношение средств рекламы и рекламных целей компании ООО «Совершенство»

| Цель     | Емкость рынка | Избирательность аудитории | Стоимость | Количество повторных контактов | Итого |
|----------|---------------|---------------------------|-----------|--------------------------------|-------|
| Интернет | 2             | 2                         | 0         | 0                              | 4     |
| ТВ       | 1             | 1                         | 0         | 1                              | 3     |
| Радио    | 1             | 0                         | 2         | 1                              | 4     |
| СМИ      | 1             | 0                         | 2         | 2                              | 5     |



# Влияние рекламы на потребителей

| Вид рекламы       | количество контактов клиентами | количество с потребителей, которых реклама побудила к походу в салон | коэффициент влияния рекламы на потребителя |
|-------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| - газеты          | 83                             | 56                                                                   | 1.5                                        |
| -наружная реклама | 16                             | 9                                                                    | 1.7                                        |
| - брошюры         | 11                             | 6                                                                    | 1.8                                        |
| - интернет        | 5                              | 8                                                                    | 0.11                                       |
| - радио,          | 17                             | 7                                                                    | 2.2                                        |
| телевидение       | 18                             | 2                                                                    | 9                                          |

## Прирост прибыли за 2016 год

| Вид рекламы   | Число клиентов, на которых оказала воздействие реклама, чел. | Прирост прибыли за 2016 год, тыс.руб |
|---------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| газеты        | 64                                                           | 44,4                                 |
| радио         | 8                                                            | 5,5                                  |
| брошюры       | 7                                                            | 4,8                                  |
| щиты          | 10                                                           | 0.69                                 |
| телевидение   | 9                                                            | 6,2                                  |
| Сайт компании | 2                                                            | 1,4                                  |
| Всего         | 100                                                          | 69,4                                 |



# Эффективность рекламы



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ

