

«Продвижение продукции пивоваренной промышленности в современных условиях с помощью PR-сопровождения»

Выполнила
Гаврилова Л.





Цель, задачи

Цель исследования – исследование путей возможного продвижения пивоваренной продукции на рынке при помощи маркетинговых инструментов.

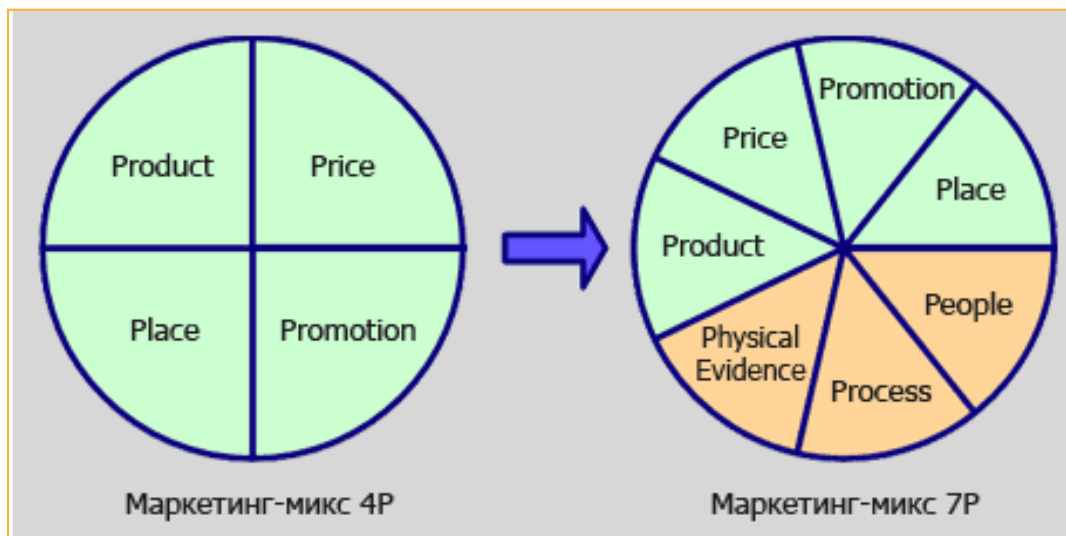
Задачи:

1. Изучить теоретические основы PR-сопровождения при продвижении продукции на B2C рынках
2. Проанализировать применение PR-сопровождения для продвижения продукции пивоваренной продукции
3. Провести расчет эффективности PR-сопровождения при продвижении продукции пивоваренной промышленности

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ НА B2C РЫНКАХ



Маркетинг-микс





ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ НА B2C РЫНКАХ



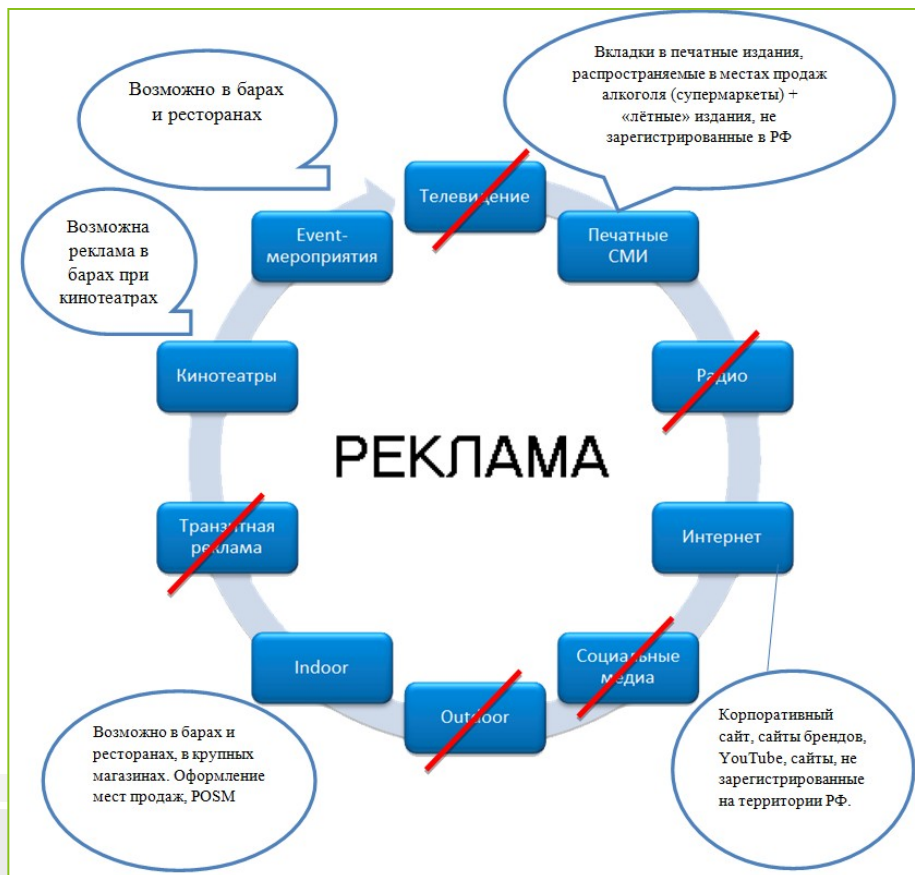
PR-кампания как инструмент продвижения продукции

Название этапа	Содержание деятельности
Подготовительный этап	Получение заказа (задания), исследование проблемы, исследование аудитории, составление медиа-карты, создание рабочей группы.
Этап планирования	Постановка целей и задач PR-кампании, планирование основных событий, определение наиболее эффективных PR-средств, разработка медиа-плана, составление бюджета.
Этап реализации и коммуникации	Контроль и учет, внесение оперативных корректив в рабочий план, преодоление проблем коммуникации и организации событий.
Заключительный этап	Составление отчета, пресс-клиппинг, оценка эффективности, определение перспективности продолжения работы.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ НА B2C РЫНКАХ



Особенности PR-сопровождения на рынке пивоваренной промышленности



Event: Возможно в барах и ресторанах.

Печатные СМИ: Вклады в печатные издания, распространяемые в местах продаж алкоголя (супермаркеты) + «лётные» издания, не зарегистрированные в РФ.

Интернет: Корпоративный сайт, сайты брендов, YouTube, сайты, не зарегистрированные на территории РФ.

Indoor: Возможно в барах и ресторанах, в крупных магазинах. Оформление мест продаж, POSM.

Кинотеатры: реклама в барах при кинотеатрах.

Dark marketing: Word of mouth, работа с отзывами в сети, «Подкармливание» и вербовка «агентов влияния»



АЛГОРИТМ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ



Алгоритм работы по PR-сопровождению :

1. Получение брифа от заказчика.
2. Подготовка коммерческого предложения по сопровождению, согласование с представителями Заказчика.
3. Копирайтинг, включает написание сценария, релизов, приглашений для участников и представителей СМИ.
4. Тайминг, включает график подготовки план подготовки к мероприятию.
5. Закупка необходимой атрибутики и оборудования.
6. Согласование макетов для пресс-вола и брендированной атрибутики.
7. Работа со СМИ.
8. Проведение мероприятия.
9. Общение с журналистами во время мероприятия.
10. Подготовка фото и видео контента на согласование с Заказчиком.
11. Рассылка пресс-релиза, отслеживание публикации в печатных и Интернет СМИ.
12. Согласование материала с философией, целями и задачами компании, согласование с юридическим департаментом компании-заказчика.
13. Мониторинг публикаций СМИ, где вышли материалы о событии от изданий по медиалисту (согласованному с клиентом) и вне его.
14. Подготовка итогового отчёта и медиавелью, который после включается в отчёт.

РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ



Описание проекта для «Пивоваренной компании»:

Параметр	Описание
Наименование	Пивной Брейн Ринг
Место проведения	Пивной ресторан в г. Воронеж
Дата	конец сентября - начало октября, 2013
Инфоповод	Мероприятие будет проводиться в дни Октоберфеста.
Форма	Интеллектуальная игра.
Участники	Заранее формируются 4 команды участников по 6 человек. Одна из команд – журналисты. Три другие - из жителей города/посетителей заведения/бывших участников проектов «Пивной сомелье», «Лаборатория дегустации», «Открытые пивоварни» (проявившие в них наибольшую активность).
Механика игры	Правила игры примерно такие же, как в известной телепрограмме «Брейн-ринг».
Вопросы	Во всех вопросах, так или иначе, транслируются тезисы по качеству.
Рефери	В качестве рефери будет привлечён «знаток» клуба игры «Что? Где? Когда?» Это создаст нужное настроение и придаст статусность мероприятию.
Эксперты	Важная роль в игре будет у экспертов.
Ведущий	Андрей Жильцов, для того чтобы лаконично интегрировать тезисы направления «Качество» в повествование по ходу игры.
Призы	Предусмотрены призы для всех участников.



Медиалист мероприятия :

Название СМИ	Охват	Описание
Берег	46 350	Воронежская общественно-политическая газета, издаётся с 1990 года.
МК в Воронеж	135 000	Московский Комсомолец в Воронеже - все местные и федеральные новости, статьи, обзоры, видео.
Russian Insider	8 120	Russian Insider (Русский Инсайдер) - информационно-аналитический журнал. Интервью с политиками, бизнесменами, аналитика событий.
...	...	...
Итого по публикациям:	2 769 857	

РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ



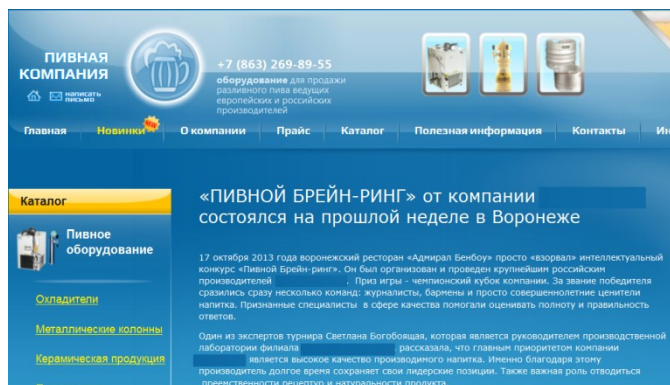
План проекта:

1. Работа по привлечению игроков к участию
2. Предоставление пресс-релиза для рассылки
3. Рассылка пресс-релиза
4. Приглашение СМИ на мероприятие
5. Закупка атрибутики для игры
6. Подготовка вопросов для игры
7. Аренда кафе для проведения мероприятия
8. Аренда тех. оборудования
9. Логистика атрибутики на мероприятие
10. Логистика пива на мероприятие
11. Работа фотографа на мероприятии
12. Работа эксперта на мероприятии
13. Работа менеджеров на мероприятии
14. Проведение мероприятия
15. Предоставление фото с мероприятия
16. Предоставление пост-релиза и отобранных фото для рассылки
17. Рассылка пресс-релиза
18. Инициирование публикаций
19. Подготовка отчета
20. Предоставление отчета по итогам проекта
21. Согласование отчета

РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ



Публикация пост-релизом:



В Воронеже состоялся «Пивной Брейн-ринг», организованный компанией

16 октября 2013, 9:21

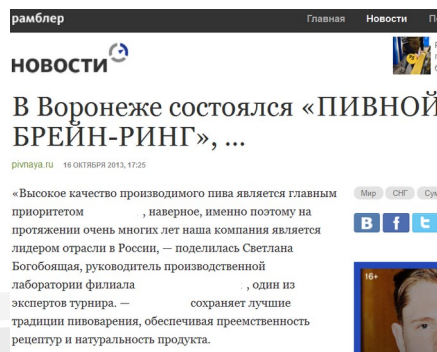
В минувший четверг, в ресторане «Адмирал Бенбоу» состоялась интеллектуальная игра «Пивной Брейн-ринг» на чемпионский кубок. За первенство в ответах на вопросы о пиве сразились команды журналистов, барменов, а также ценителей янтарного напитка из числа совершеннолетних воронежцев. Правильность и полноту ответов помогли оценить признанные специалисты в области качества.

«Высокое качество производимого пива является главным приоритетом нашей компании, и, наверное, именно поэтому на протяжении очень многих лет наша компания является лидером отрасли в России», — поделилась Светлана Богобова, руководитель производственной лаборатории филиала. «... один из экспертов турнира. — сохраняет лучшие традиции пивоварения, обеспечивая преемственность рецептур и натуральность продукта. Для разработки и производства своей продукции мы стареемся аккумулировать лучший опыт мирового пивоварения. И мы всегда готовы поделиться своим знанием со всеми ценителями пенного напитка».



10 октября, в одном из старейших пивных ресторанов Воронежа «Адмирал Бенбоу», была проведена интеллектуальная игра, посвященная тонкостям пивоварения и оценке познаний участников этого популярного и древнего пенного напитка

10 октября, в одном из старейших пивных ресторанов Воронежа «Адмирал Бенбоу», компанией была проведена интеллектуальная игра, посвященная тонкостям пивоварения и оценке познаний участников этого популярного и древнего пенного напитка. Игра была построена по принципу «Брейн-ринга», соревновались четыре команды: представители СМИ, бармены пивных ресторанов и пабов и две команды из активных воронежцев, знающих толк в пивоварении.



«Высокое качество производимого пива является главным приоритетом нашей компании, и, наверное, именно поэтому на протяжении очень многих лет наша компания является лидером отрасли в России», — поделилась Светлана Богобова, руководитель производственной лаборатории филиала. «... один из экспертов турнира. — сохраняет лучшие традиции пивоварения, обеспечивая преемственность рецептур и натуральность продукта».



РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ



Публикация пост-реализов:

ВСПЕНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТ!

Воронежцы, журналисты и бармены выяснили, кто лучше разбирается в пенном напитке.

НА ДНЯХ пивоваренная компания N ПРОВЕЛА В ВОРОНЕЖСКОМ РЕСТОРАНЕ «АДМИРАЛ БЕНБОУ» ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ТУРНИР. Любителям янтарного напитка предложили поиграть в тематический «Брейи-ринг». Вопросы касались самых разных тем – от истории пивоварения и культуры потребления до особенностей современного оборудования, тонкостей дегустации и уникальности рецептур. Эта идея заинтересовала и журналистов, так что в захватывающей игре помимо команды барменов и двух команд воронежцев участвовала команда СМИ.

В качестве беспристрастного жюри пригласили специалистов своего дела – оценить знания игроков приехали ученые, преподаватели вузов, опытные технологи. В числе экспертов – доцент кафедры технологии броидильных и сахаристых производств ВГУИТ Алла Чусова, начальник производственной лаборатории филиала «N -Воронеж» Светлана Богобощая. А возглавил комиссию специально приглашенный гость Андрей Супранович, капитан одноименной команды «Что? Где? Когда?».



Эрудитию игроков оценивали ведущие эксперты

Итак, гонг! Борьба между командами развернулась нешуточная – участники смогли удивить экспертов глубокими познаниями, касающимися янтарного напитка. Команды уверенно отвечали на вопросы по его истории, со знанием дела рассказывали о технологиях приготовления разных сортов, и это при том, что все сорта продукции компании уникальны, и каждый из них обладает своими характерными особенностями рецептуры и производства. А также игроки попутно развеивали несколько несостоятельных мифов. Например, гости узнали, что к пресловутой полноте приводит не сам напиток, а неумеренное обжорство, по традиции сопровождающее питье. Или почему в него не добавляется спирт: ну, во-первых, это просто-напросто нерентабельно, а во-вторых, алкоголь в нем вырабатывают дрожжи. Были и вопросы, связанные с дегустацией. В общем, «Брейи-ринг» выдался динамичным и весьма познавательным. И как с удивлением выяснилось в итоге, любители не уступили профессиональным барменам, команда которых в итоге заняла третье место. Ну а за первое боролись журналисты и жители города. Сдаваться не хотел никто, но победу все же одержала команда горожан. Победителей наградили кубками, а все участники турнира получили памятные сувениры.

Сергей ПАВЛОВ.



КУПОН + 0,3%

	Вклад Лидер	Вклад Капитал	Вклад Накопительный	Вклад Удобный
Срок	RUB	RUB	RUB	RUB
1 год	10,2 %	9,8 %	9,3 %	9,2 %
2 год	10,2 %	10 %	9,5 %	9,4 %
3 год	10,3 %	10,2 %	9,7 %	9,6 %

Данный купон увеличивает процентную ставку по всем видам вкладов Капиталбанка в рублях на + 0,3%
1 купон = 1 вклад (купон действителен до 31.10.2013)

Капитал банк kapitalbank.ru
основан в 1993

г. Воронеж, ул. Комиссаржевской, д.4 тел.: (473) 250-99-25



Выходы	Количество
Печатные СМИ	5
Интернет	26

РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ



Расчет охвата кампании:

Название СМИ	Location	Объем	Дата выхода	Стоимость	Охват	СК
Печатные СМИ						
Берег	Воронеж	1/3	17.10.2013	15 870,00р.	46 350	
МК в Воронеж	Черноземье	1/3	16.10.2013	20 460,00р.	135 000	
...	...	...	...	...	...	
Интернет						
36on.ru	Черноземье	статья	07.10.2013	6 500,00р.	240200	
atrex.ru	Россия	статья	07.10.2013	5 000,00р.	44300	
...	...	...	...	...	...	
Итого по публикациям :	-	31	-	307 205,00р.	2 769 857	0,04
Стоимость проекта:	112 500,00р.	-	-	-	-	-



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Выполнила
Гаврилова Л.

