



Организация рекламной деятельности предприятия (на примере ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод»)



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – разработка рекомендаций по организации рекламной деятельности в ООО "Борисоглебский маслоэкстракционный завод".

Задачи:

- изучение теоретических аспектов организации рекламно-информационной работы в сфере услуг;
- анализ методов экономической эффективности рекламы;
- анализ организации рекламной деятельности в ООО "Борисоглебский маслоэкстракционный завод";
- исследование выбора и применения средств торговой рекламы в ООО "Борисоглебский маслоэкстракционный завод";
- разработка рекомендаций по повышению эффективности организации рекламной работы - объекты исследования.

Общая характеристика ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод».

Организационная структура управления ООО «Борисоглебский
маслоэкстракционный завод»



Состав, структура и динамика показателей финансовой деятельности предприятия ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод»

Показатель	Сумма по годам, тыс. р.			Удельный вес, %			Отклонение			
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	Тыс. р.	Темп прироста, %	Тыс. р.	Темп прироста, %
							2016/15	2016/15	2015/14	2015/14
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Выручка от реализации	81198	48764	61506	100	100	100	12742	126,13	-32434	60,06
Себестоимость продаж	68391	39217	43571	84,23	80,42	70,84	4354	111,10	-29174	57,34
Валовая прибыль	12807	9547	17935	15,77	19,58	41,16	8388	187,86	-3260	74,55
Прибыль от продаж	3363	1191	2864	4,14	2,44	15,97	1673	240,47	-2172	35,41
Прибыль до налогообложения	416	566	-3605	0,51	1,16	-125,87	-4171	-636,93	150	136,06
Чистая прибыль	642	636	-3832	0,79	1,30	-6,23	-4468	-602,52	-6	99,07



Результаты использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод»

Наименование показателей	2014	2015	2016	Отклонение	
				2015/14	2016/15
1	3	4		6	7
Выручка от реализации, тыс. р.	81198	48764	61506	-32434	12742
Себестоимость продаж, тыс. р.	68391	39217	43571	-29174	4354
Основные средства, тыс. р.	15874	25561	42040	16479	16479
Среднесписочная численность персонала, чел.	280	308	332	28	24
Производительность труда, тыс. р.	28789	31277	33714	2488	2437
Фондоотдача, руб./руб.	167,56	96,29	103,79	-71,27	7,5
Среднемесячная зарплата одного работающего, тыс. р.	8,4	8,6	8,9	0,2	0,3

Горизонтальный анализ актива баланса ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод»

Наименование показателя	2014	2015	2016	Абсолютное отклонение, тыс. р.		Темп прироста, %	
				2015/201	2016/201	2015/201	2016/20
				4	5	4	15
1	2	3	4	5	6	7	8
I Внеоборотные активы	71944	81827	98554	9883	16727	87,92	83,03
Основные средства	15874	25561	42040	9687	16479	62,10	60,80
II Оборотные активы	10900	8175	18758	-2725	10583	133,33	43,58
Запасы	2591	3331	6421	740	3090	77,78	51,88
Дебиторская задолженность	8244	4607	11874	-3637	7267	178,95	38,80
Денежные средства и денежные эквиваленты	52	224	60	172	-164	23,21	373,33
Итог актива	82884	90002	117312	7118	27310	92,09	76,72

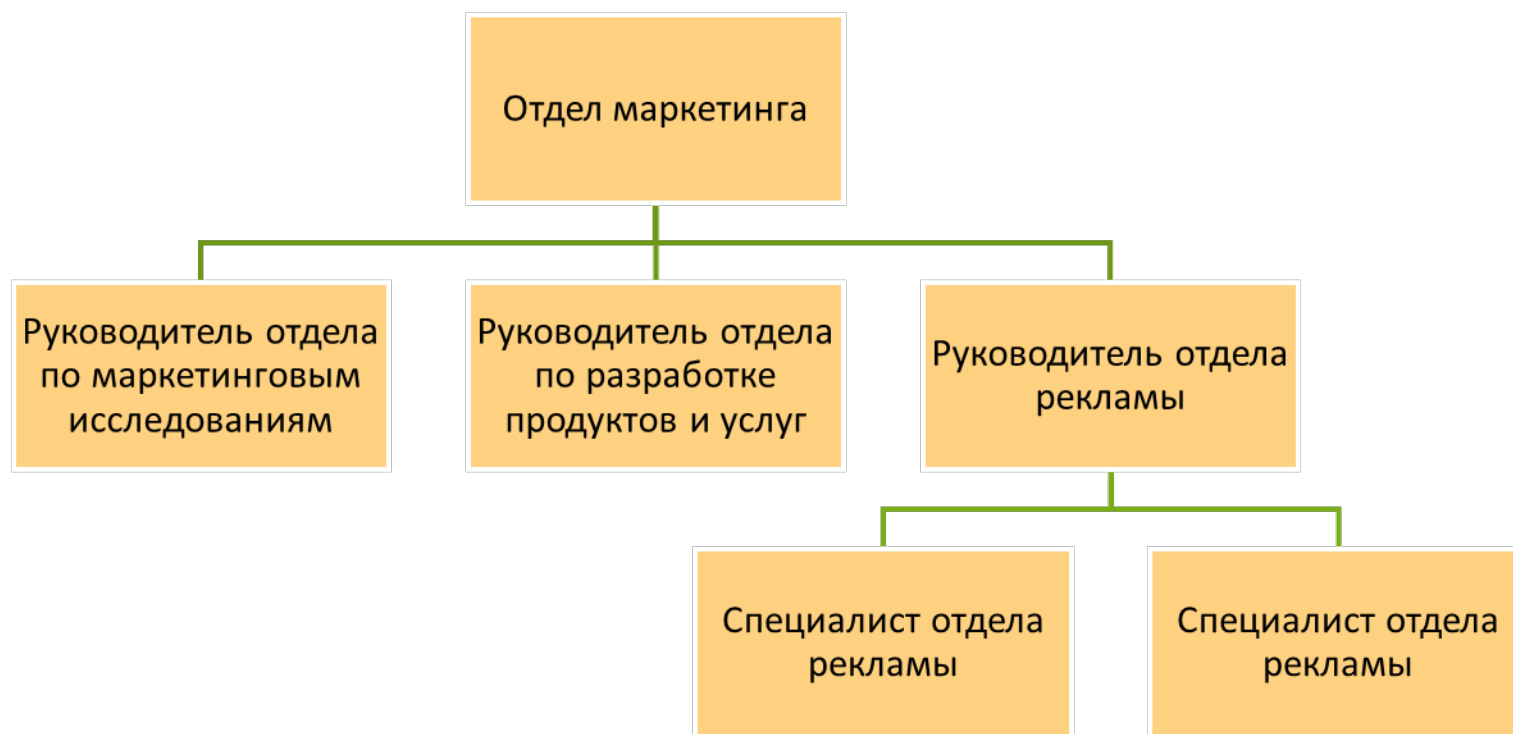
Вертикальный анализ актива баланса ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод»

Наименование показателя	2014	2015	2016	Отклонение	
				2015/2014	2016/2015
1	2	3	4	5	6
I Внеоборотные активы	86,80	90,92	84,01	4,12	-6,91
Основные средства	19,15	28,40	35,84	9,25	7,44
II Оборотные активы	13,15	9,08	15,99	-4,07	6,91
Запасы	3,13	3,70	5,47	0,57	1,77
Дебиторская задолженность	9,95	5,12	10,12	-4,83	5,00
Денежные средства и денежные эквиваленты	0,06	0,25	0,05	0,19	-0,20
Прочие оборотные активы	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00
Итог актива	86,80	90,92	84,01	4,12	-6,91

Структура имущества предприятия ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод» в 2016 г.



Место отдела рекламы в структуре отдела маркетинга предприятия



Анализ использования различных рекламных средств ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод» за 2015–2016 годы.

Рекламные средства		2014 год				2015год				2016 год			
		План (тыс. руб.)	Факт (тыс. руб.)	Отклонение (+,-)	%	План (тыс.руб.)	Факт (тыс.руб.)	Отклонение (+,-)	%	План (тыс. руб.)	Факт (тыс. руб.)	Отклонение (+,-)	%
1.	Наружная реклама	600	550	-50	91	650	600	-50	92,3	700	700	-	100
2.	Буклеты, листовки	150	130	-20	86	100	120	20	120	150	200	50	133
3	Выставки, презентации	100	150	50	150	100	120	20	120	200	310	110	155
4	Печатная реклама	300	350	50	116	300	420	120	140	300	315	15	105
5.	Реклама в												66



Пути повышения эффективности рекламной деятельности ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод»

Усовершенствовать рекламу в Интернет. Разработать электронные версии продвижения продукции и модернизировать web-site.

Начальнику отдела рекламы необходимо обратить внимание на рекламу в прессе.

Активизировать работу с журналистами по размещению рекламы в СМИ.

Увеличить расходы на полиграфическую и сувенирную продукцию.

Стремиться к расширению ассортимента продукции.

Расширение клиентской базы.

Повысить роль планирования.



Оценка эффективности мероприятий по повышению эффективности рекламной деятельности предприятия

Реклама размещаемая на телевидении и радио, направлена на важнейший сегмент потребителей «Женщины в возрасте». Данный сегменты потребителей является наиболее предпочтительным из всех остальных. «Женщины в возрасте» хорошо восприимчивы к рекламе. «Женщины в возрасте» не плохо разбираются в продукции компании ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод» и требовательны в выборе продукции.

ООО «Борисоглебский маслоэкстракционный завод», в результате проведения рекламных мероприятий по телевидению и радио, в 2016 году планирует получить дополнительную выручку в размере 9379665 руб. за 12 месяцев что примерно равно 20.1% затраты на рекламу составляют 468 600 руб.

Изменение экономических показателей ООО

«Борисоглебский маслоэкстракционный завод» после рекламных мероприятий

Показатели	До мероприятия	После мероприятия	Изменение
1. Выручка от продаж, тыс.руб.	61506	131 982	70476
2. Себестоимость продаж, тыс.руб.	43571	62 695	19124
3. Коммерческие расходы, руб.	9490	3 564	-5926
4. Прибыль от продаж, руб.	2864	6572	3708



Выводы

- усовершенствовать рекламу в Интернет, модернизировать web-site в соответствии с имеющимися информационными технологиями.
- организовать рекламу в местных СМИ: прессе и радио по продвижению услуг и формированию положительного имиджа фирмы.
- сделать фирму узнаваемой и добиться эффекта "где-то я об этом уже слышал"; увеличить расходы на полиграфическую и сувенирную продукцию.
- использовать sales promotion в виде direct mail с рассылкой приглашений.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!