



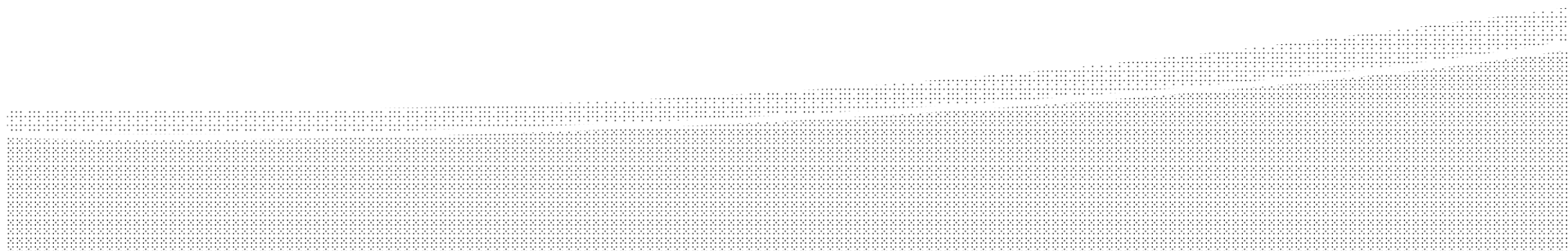
ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА INTIMISSIMI

Выполнила:

А. И. Борозенец

Научный руководитель проекта:

В.С. Матюшкин





ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – анализ рекламной деятельности бренда розничной торговли на примере бренда нижнего белья Intimissimi

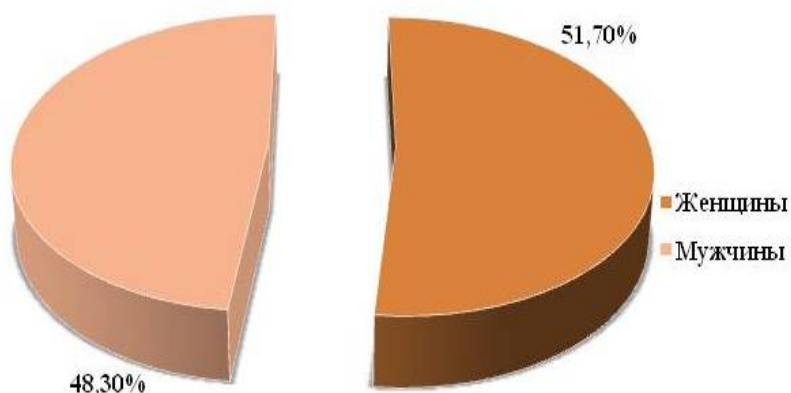
Задачи:

1. Рассмотреть сущность и понятие рекламы и рекламной кампании.
2. Изучить особенности рекламы в розничной торговли.
3. Провести анализ практики продвижения брендов нижнего белья.
4. Провести анализ существующей рекламной деятельности бренда нижнего белья Intimissimi.
5. Дать рекомендации по проведению рекламной кампании для бренда «Intimissimi»
6. Провести оценку эффективности рекламной деятельности компании бренда «Intimissimi».

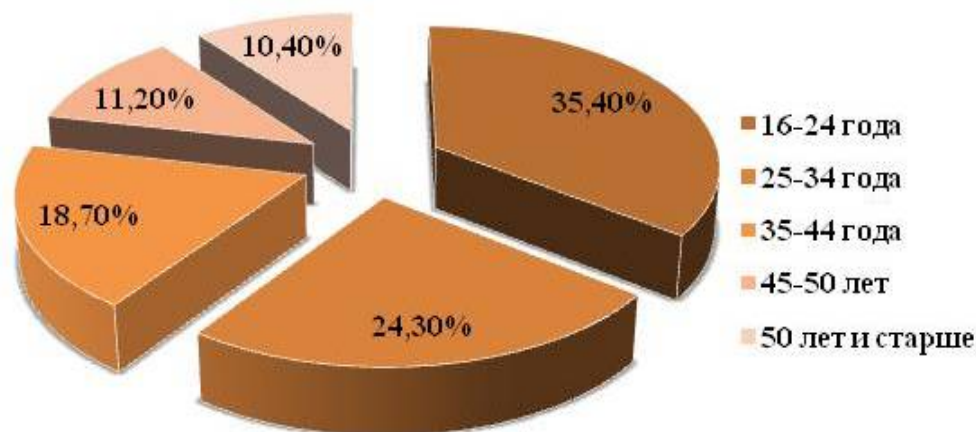


АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СЕГМЕНТЕ НИЖНЕГО БЕЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА INTIMISSIMI

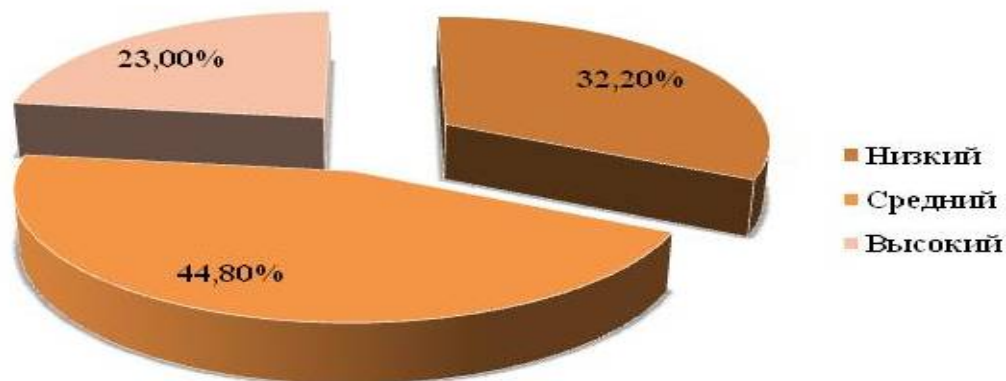
Конкурентный анализ рынка нижнего белья



Половая структура клиентов бренда
«Intimissimi»



Возрастная структура клиентов бренда
«Intimissimi»



Распределение
клиентов бренда
«Intimissimi»



АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СЕГМЕНТЕ НИЖНЕГО БЕЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА INTIMISSIMI

Конкурентный анализ рынка нижнего белья

Критерий	Бренд			
	Intimissimi	Victoria'sSecret	Incanto	Milavitsa
Основная категория товаров	Женское и мужское нижнее белье; повседневная одежда, одежда для дома. парфюмерия	Элегантное дизайнерское женское нижнее белье	Женское нижнее белье, купальники	Женское нижнее белье; корсеты
Целевая аудитория	Мужчины и женщины от 18 до 35 лет	Женщины в возрасте от 20 до 35 лет	Девушки до 25 лет	Женская аудитория в возрасте от 20 до 50 лет
Ценовой сегмент	Средний+	Средний+ высокий	Низкий, средний	Средний
Позиционирование	Одежда для мужчин и женщин на каждый день должна быть качественной и комфортной	С замахом на «премиальность»	Марка белья для современной молодой девушки	Удобство и качество, есть товары для покупательниц в больших размерах



АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СЕГМЕНТЕ НИЖНЕГО БЕЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА INTIMISSIMI

Конкурентный анализ рынка нижнего белья

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

Известность на рынке;
Демократичные цены;
Широкий ассортимент продукции;
Диверсификация производства.

ВОЗМОЖНОСТИ

Дальнейшая диверсификация
производства;
Ко-брендовое сотрудничество

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Позиционирование только в статусе
товаров среднего ценового сегмента;

УГРОЗЫ

Рост конкуренции;
Изменение курса валют;
Спад спроса на продукцию

SWOT-анализа бренда «Intimissimi»



АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СЕГМЕНТЕ НИЖНЕГО БЕЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА INTIMISSIMI

Общая характеристика бренда Intimissimi. Анализ внутренней среды бренда

№ п/п	Наименование показателя	Ед.измерения	Величина показателя		Отклонение	
			2013 г.	2014 г.	Абс.выражение	Темп роста, %
1	Объем реализации услуг	млн. руб.	160 000	220 000	60	137,5
2	Себестоимость слуг	млн.руб.	100 000	118 000	18 000	118
3	Затраты на 1 руб.реализации	Руб.	0,625	0,536	-0,089	86
4	Прибыль от реализации услуг	млн.руб.	60 000	102 000	42 000	170
5	Рентабельность деятельности	%	60	86,4	26,4	-
6	Рентабельность продаж	%	37,5	46,4	8,9	-

Основные финансово-экономические показатели деятельности
бренда «Intimissimi»



АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СЕГМЕНТЕ НИЖНЕГО БЕЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА INTIMISSIMI

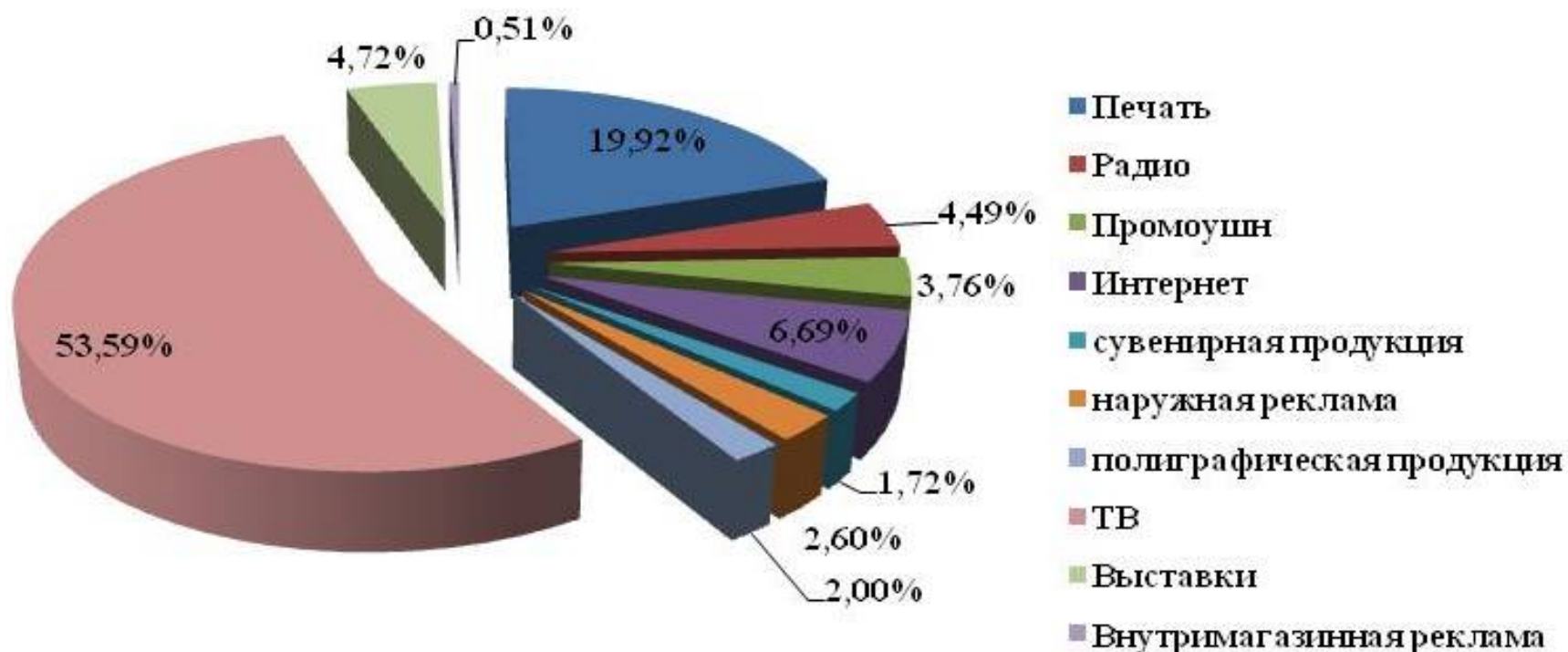
Общая характеристика бренда Intimissimi. Анализ внутренней среды бренда

Показатель	Описание
Product	- женское нижнее белье - мужское нижнее белье - купальные костюмы - одежда для сна - парфюмерия
Place	1. Освоение новых международных рынков: открытие филиалов главного итальянского офиса. . 2. открыто 1000 магазинов Intimissimi, более 550 в Италии, Испании, Португалии, Греции, Польше, Мексике, Венгрии, России, Австрии, Словении, Кипре, Чешской республике, Турции, Хорватии, Сербии, Македонии, Словакии, Черногории и Великобритании
Price	Цены среднерыночные
Promotion	- Сайт компании - Реклама на телевидении - Адресные рассылки - Личные продажи - Реклама в популярных журналах



АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СЕГМЕНТЕ НИЖНЕГО БЕЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА INTIMISSIMI

Анализ рекламной деятельности бренда «Intimissimi»



Структура рекламных расходов бренда «Intimissimi» за 2014 г.



АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СЕГМЕНТЕ НИЖНЕГО БЕЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА INTIMISSIMI

Анализ рекламной деятельности бренда «Intimissimi»

Этап рекламной кампании	Временной период	Используемый канал коммуникаций
Запуск рекламной кампании	Все 3 месяца рекламной кампании	- Интернет (в т.ч. Интернет-сайт) - Телевидение - Внутримагазинная реклама
Поддерживающая реклама	Со 2-ой недели РК	- Пресса - Радио - Наружная реклама

Пример плана рекламной кампании бренда «Intimissimi»



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

Анализ достоинств и недостатков существующей организации рекламной службы бренда «Intimissimi». Совершенствование организации рекламного процесса в компании

НЕДОСТАТКИ

- Задействовано большое количество отделов, чем необходимо
- Отделы, которые в целях эффективного взаимодействия должны находиться в одном структурном подразделении, находятся в разрозненном состоянии.
- Согласование всех элементов и этапов происходит только при личных встречах
- Несвоевременная передача, получение информации и комментариев на этапе согласования.

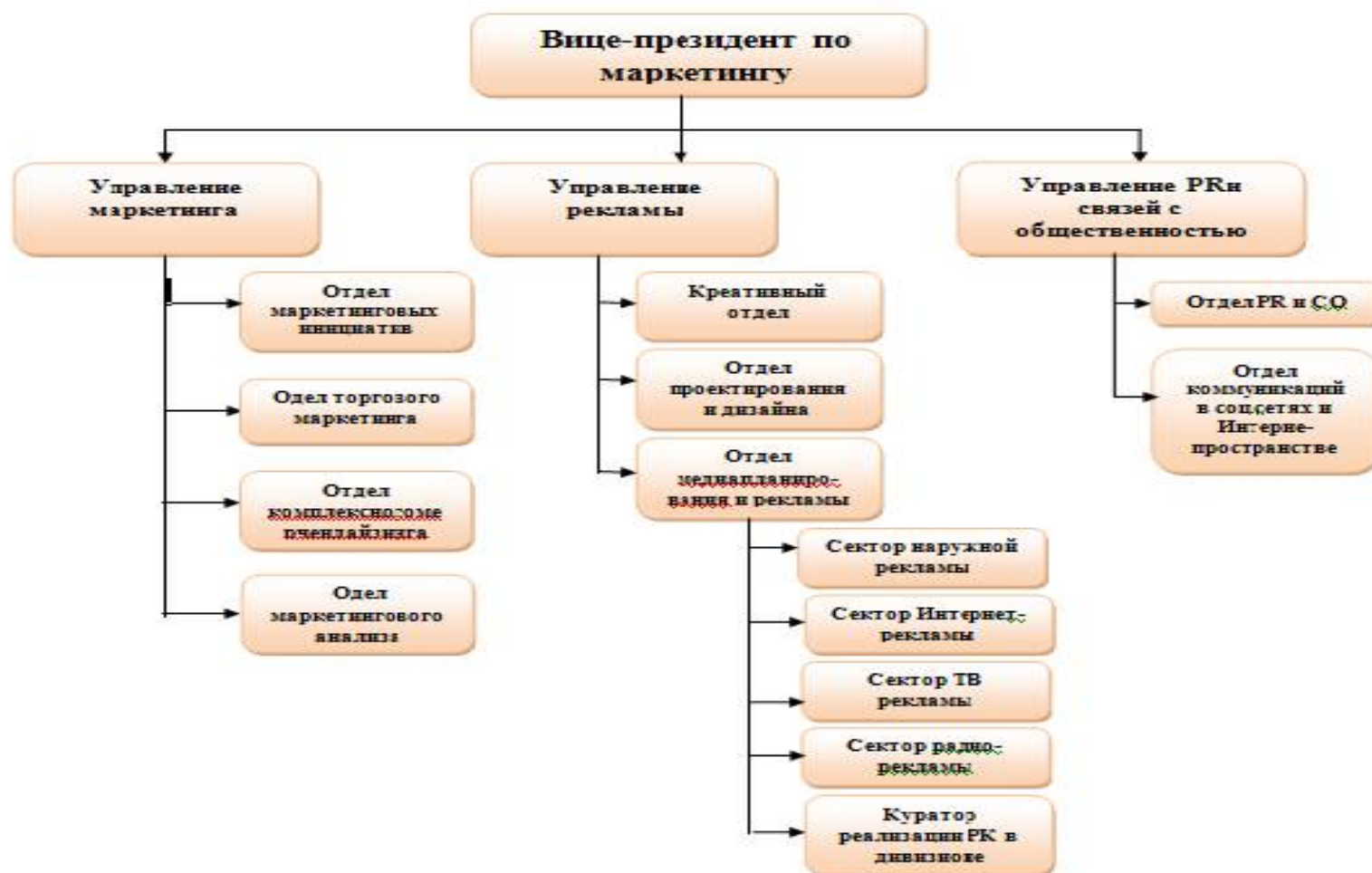
ДОСТОИНСТВА

- ✓ В рамках каждого отдела четко разграничены обязанности и задачи



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

Совершенствование организации рекламного процесса в компании



Предлагаемая организационная структура
рекламной службы бренда «Intimissimi»



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

Совершенствование организации рекламного процесса в компании

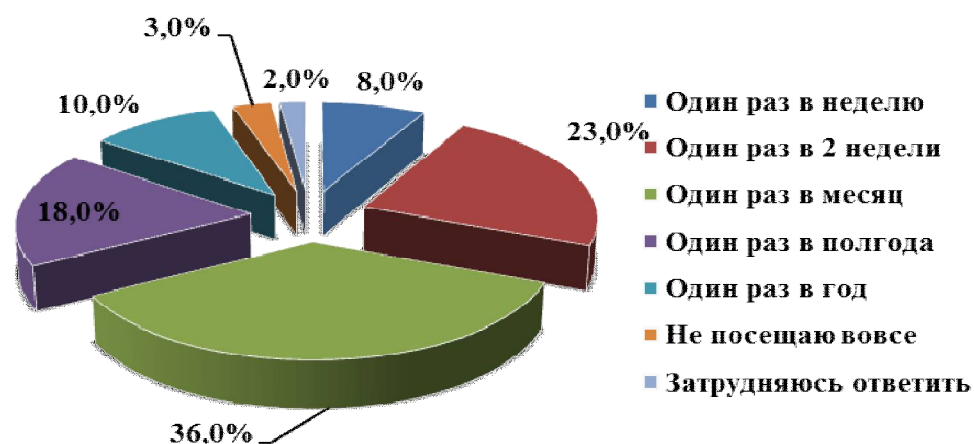
Этап рекламной кампании	Количество задействованных отделов	
	Существующая структура	Предлагаемая структура
Этап планирования рекламной кампании	5	3
Этап технической разработки рекламной кампании	10	5
Этап реализации рекламной кампании	5	3
ИТОГО:	20	11

Сравнительный анализ количества задействованных отделов в рамках реализации рекламной кампании при старой и новой организационной структуре рекламной службы бренда «Intimissimi»

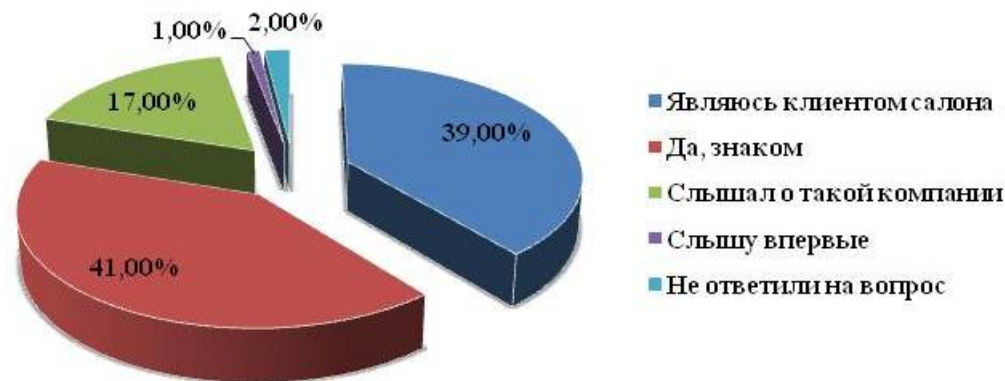


СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

Разработка и реализация рекламной кампании бренда «Intimissimi»



Как часто Вы посещаете магазины нижнего белья?

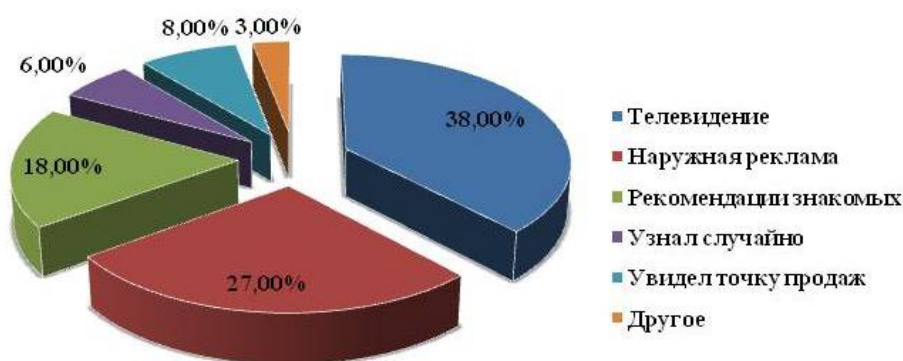


Знакомы ли Вы с маркой «Intimissimi»?

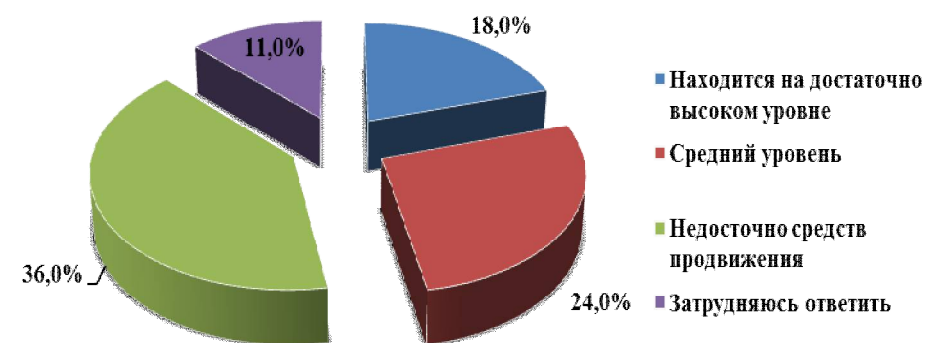


СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

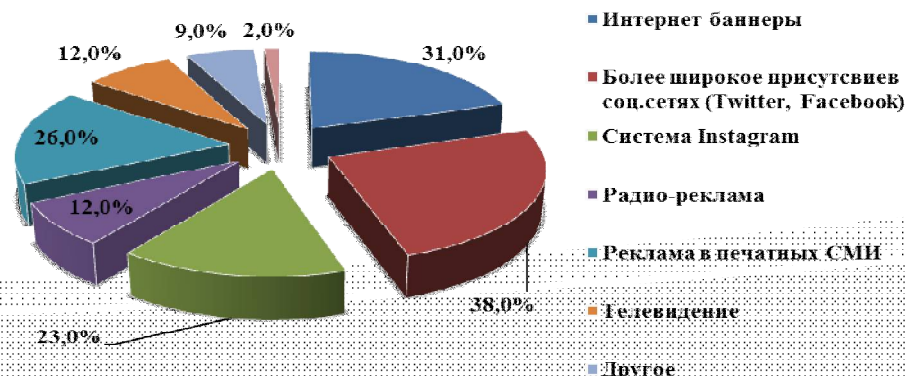
Разработка и реализация рекламной кампании бренда «Intimissimi»



Из каких источников Вы узнали о марке «Intimissimi»?



Какие, на Ваш взгляд, средства рекламного сопровождения необходимо применять бренду «Intimissimi»?



Как Вы оцениваете рекламную деятельность бренда «Intimissimi»?



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

Разработка и реализация рекламной кампании бренда «Intimissimi»

Процесс	Сроки	Стоимость, руб.
Обсуждение возможности размещения рекламы на сайте с рекламной службой Youtube.com	3-5 июнь 2015 г.	0,00
Заключение договора с сайтом	6-10 июнь 2015 г.	0,00
Изготовление видеоролика	6-12 июнь 2015 г.	54 000,00
Оплата услуг	11 июнь 2015 г.	45 000,00 (за 3 месяца по 15 000,00 руб./мес.)
Передача материала контрагенту для последующего размещения	17 июнь 2015 г.	0,00
Размещение видеорекламы на сайте	01.07.2015 г. – 30.09.2015 г.	-

Технологическая карта реализации проекта «Размещение видеорекламы на Youtube.com»



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

Разработка и реализация рекламной кампании бренда «Intimissimi»

Канал	Контент	Затраты
Вконтакте	1. Выкладывание 3-4 поста в день 2. Посты информационного наполнения (новости компании) и развлекательного характера (интересные факты о компании и отрасли «А Вы знали, что...???») 3. Интерактив с подписчиками (конкурсы, опросы,)	347 400 руб.
Facebook	1. Ведение блога 2. Посты с информационной тематикой (новости компании+обзор отрасли)	
Twitter	1. Ведение блога 2. Посты с информационной тематикой (новости компании+обзор отрасли)	
Instagram	1. Фотопосты 2. Посты игрового характера, из жизни «трудовых будней сотрудников компании»	
Youtube.ru	1. Видеоконтент 2. Динамичный видеоролик	69 000 руб.



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

Разработка и реализация рекламной кампании бренда «Intimissimi»

	Канал	Вид рекламы	Количество выходов	Сумма по каналу
Радио-реклама	«Европа-Плюс»	Ролик 25 сек.	-	78 000,00
	«Русское радио»	Ролик 25 сек.	-	86 000,00
ИТОГО				164 000,00
Интернет-реклама	Youtube.com	Размещение видеорекламы на	-	69 000,00
Интернет-реклама	Социальные сети	Ведение групп, страниц	-	347 400,00
Интернет-реклама	Система Instagram	Регистрация	-	
Интернет-реклама	Сайтcosmo.ru	Размещение баннера на главной странице		80 000,00
ИТОГО				496 400,00
Итого по рекламной кампании				660 400,00

Медиа-план рекламной кампании бренда нижнего белья «Intimissimi»



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

Оценка экономической эффективности разработанной рекламной кампании
бренда «Intimissimi»

периоды (недели)	расходы на рекламу (руб.)	сумма рные расхо ды на рекла му		Wko	Wkt	Wkf	Wkf- Wkt	Wkf-Wkt с накопит. итоном
	Интернет- реклама	Радио реклама						
1	124 100	41 000	165 100	4 583 333	4 748 433	5 206 766,3 4	458 333, 34	458 333,34
2	124 100	41 000	165 100	4 583 333	4 748 433	5 206 766,3 4	458 333, 34	916 666,6 8
3	124 100	41 000	165 100	4 583 333	4 748 433	5 206 766,3 4	458 333, 34	1 375 000, 02
4	124 100	41 000	165 100	4 583 333	4 748 433	5 206 766,3 4	458 333, 34	1 833 333,3 6
Сумма	496 400	164 000,0	660 400	18 333 333	18 993 332	20 827 065,3 6	1 833 33 3.36	-

Расчет основных показателей по предложенному медиа-плану



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА «INTIMISSIMI»

Оценка экономической эффективности разработанной рекламной кампании
бренда «Intimissimi»

Период (недели)	Интернет-реклама	Радио-реклама
1	229 166,67	229 166,67
2	229 166,67	229 166,67
3	229 166,67	229 166,67
4	229 166,67	229 166,67

Планируемые денежные поступления от рекламы, руб



ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА INTIMISSIMI

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

