

ВУЗ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**«Продвижение коммерческого продукта в
социальных сетях на примере ООО «Древпром»»**

Выполнена:

Научный руководитель:

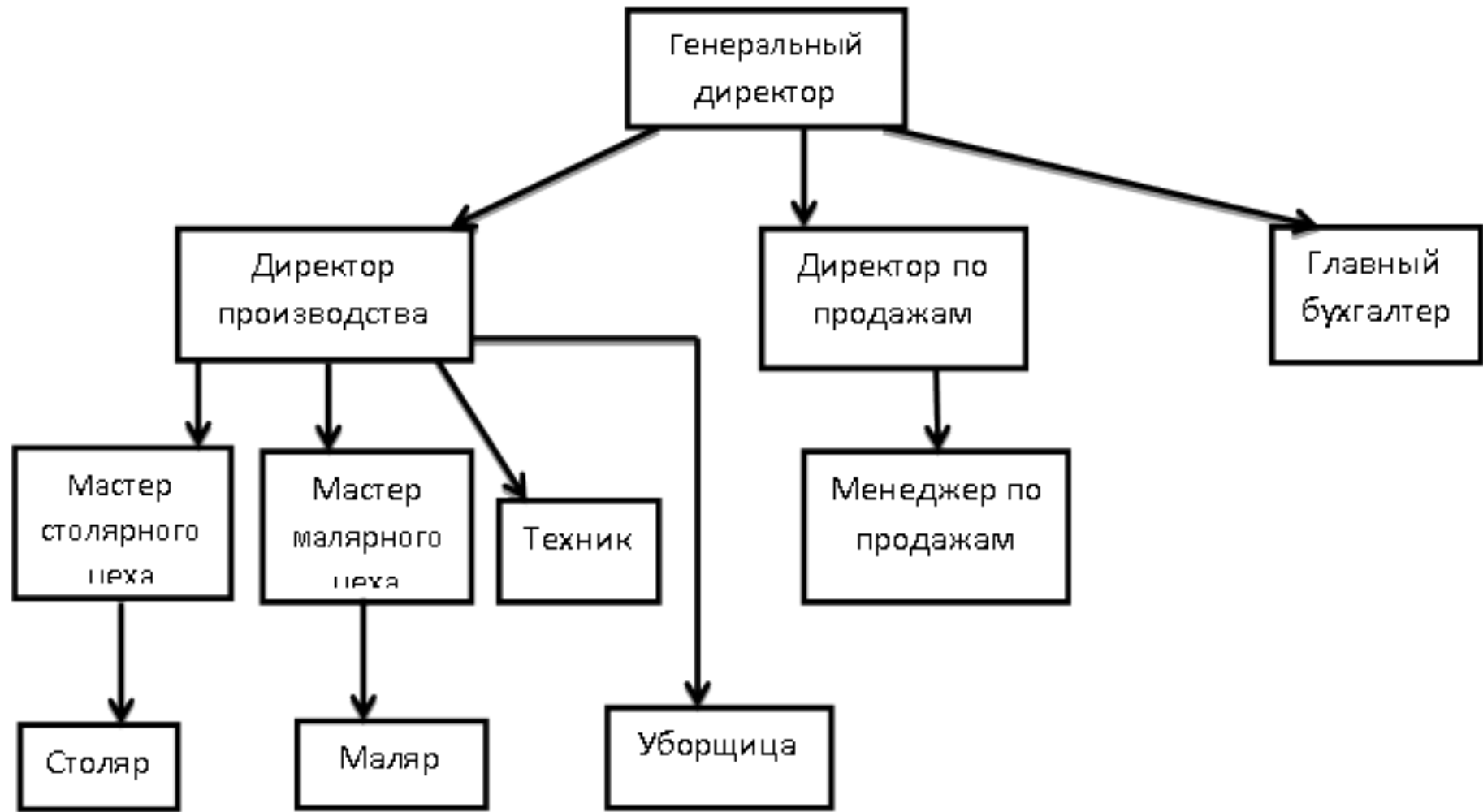
Актуальность, объект и предмет исследования

Продвижение в социальных сетях - одна из важных и актуальных тем на сегодняшний день. Социальные сети являются главным инструментом по работе с продвижением продукта компании в целевых сегментах рынка.

Объект исследования – ООО «Древпром».

Предмет исследования – социальные сети как инструмент продвижения коммерческого продукта.

Организационная структура предприятия



Основные технико-экономические показатели ООО «Древпром»

Технико-экономические показатели	Источник данных	Показатель за 2022 год
Годовой объем реализации продукции в стоимостном выражении	Строка 2110 "Выручка" Отчета о финансовых результатах	128 857 тыс.руб.
Себестоимость	Строка 2120 "Себестоимость продаж" Отчета о финансовых результатах	123 715 тыс.руб.
Чистая прибыль	Строка 2400 "Чистая прибыль (убыток)" Отчета о финансовых результатах	3 078 тыс.руб.
Рентабельность продаж	ЧП/Выручка	2,39
Затраты на 1 руб. реализованной продукции	Отношение себестоимости к выручке (в процентах)	99%
Среднегодовая стоимость основных фондов	Строка 1150 "Основные средства" Баланса	-.
Фондоотдача	Отношение выручки к среднегодовой стоимости основных фондов (в рублях)	-
Фондоемкость	Показатель обратный фондоотдаче	-
Численность персонала		41 чел.
Объем реализации на одного сотрудника		3 142,85 тыс. руб
Фондовооруженность	Отношение среднегодовой стоимости основных фондов к численности персонала	- 4

Производственный процесс мебели



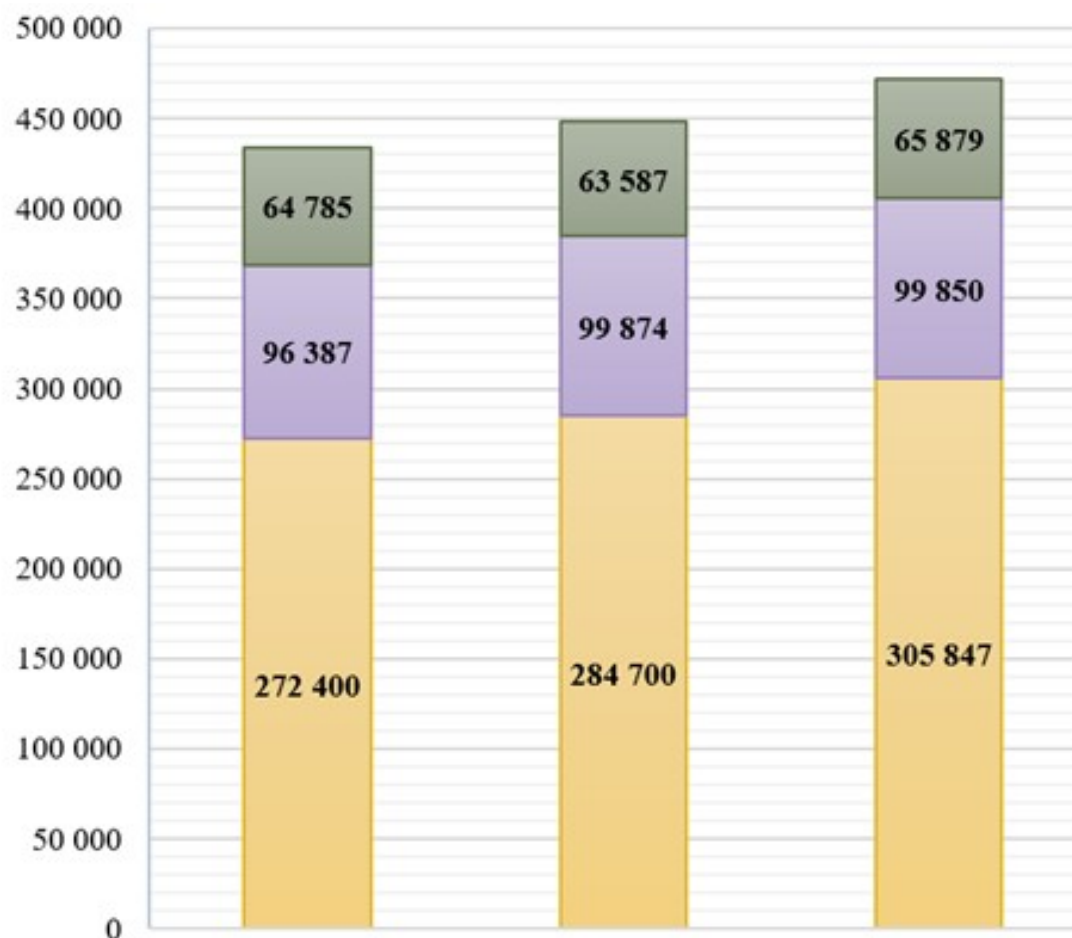
Запланированный ритм выпуска «ДревПром»

Пропускная способность операции	Запланированный ритм выпуска
Пилка – 35м ³ /час	Пилка – 30м ³ /час
Резка – 20м ³ /час	Резка – 30м ³ /час
Сушка – 8000 шт/час	Сушка – 8000 шт/час
Шлифование – 8000 шт/час	Шлифование – 7900 шт/час
Строгание – 8000шт	Строгание – 8000шт
Сверление – 8000 шт	Сверление – 8000 шт
Садка – 8000 шт	Садка – 8000 шт

Динамика расходов на осуществление рекламы в сети Интернет ООО «Древпром»

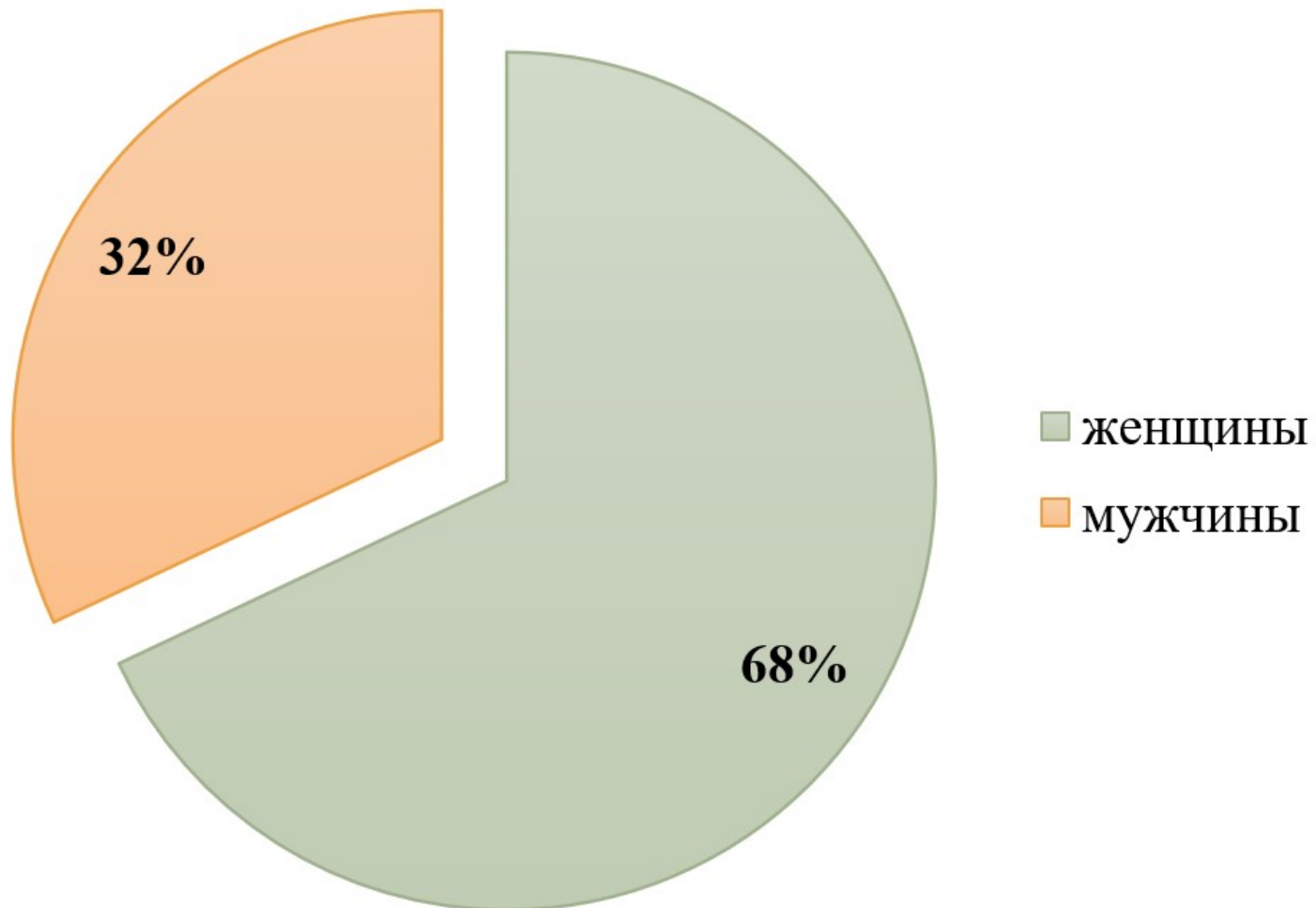
Показатель	2020	2021	2022	Темп роста, %	
				2021	2022
Обслуживание сайта, тыс. руб	272 400	284 700	305 847	104,52	107,43
Оператор обратного звонка, тыс. руб	96 387	99 874	99 850	103,62	99,98
Размещение в группе Вконтакте, тыс. руб	64 785	63 587	65 879	98,15	103,61
Итого	433 572	448 161	471 576	103,36	105,23

Динамика расходов на осуществление рекламы в сети Интернет ООО «Древпром»

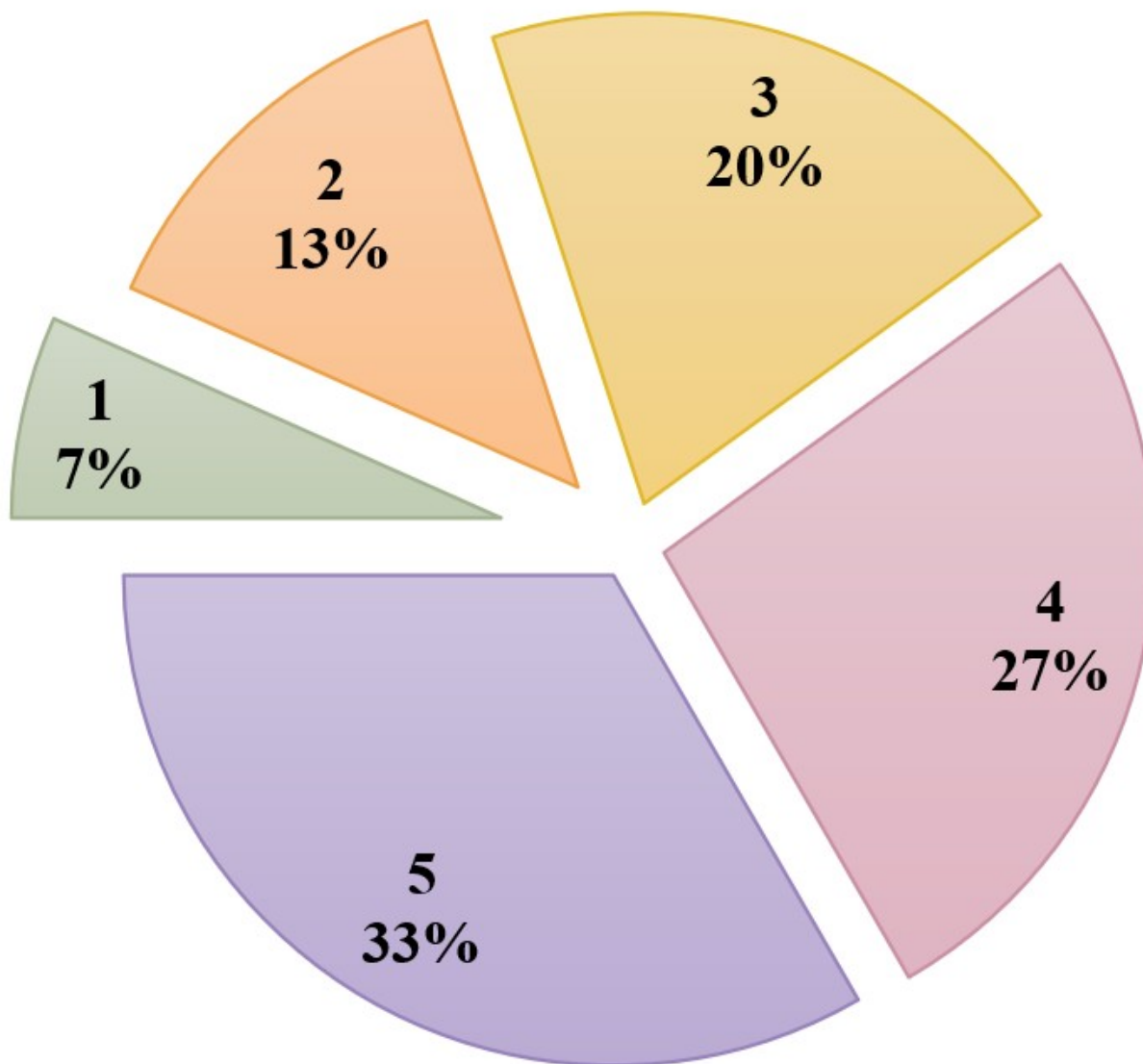


- Размещение в группе Вконтакте, тыс. руб
- Оператор обратного звонка, тыс. руб
- Обслуживание сайта, тыс. руб

Соотношение мужчин и женщин целевой аудитории ООО «Древпром»



Приверженность покупателей к ПАО ООО «Древпром» по 5-ти бальной шкале



Календарный план интернет-проекта

Этап	Мероприятие в рамках этапа	Сроки проведения
1. Подготовительный этап	Проведение маркетингового исследования (анкетирование)	01.07.2023-15.07.2023
	Заключение договора с Интернет-сайтами	16.07.2023-20.07.2023
	Исследование социальных сетей, оценка динамики численности пользователей	21.07.2023-31.07.2023
	Разработка макета гипертаргетированной рекламы	01.08.2023-21.08.2023
	Выбор и обоснование инструментов гипертаргетированной рекламы	22.08.2023-31.08.2023
2. Этап реализации	Запуск гипертаргетированной рекламы	01.09.2023-30.09.2023
	Внедрение чат-бота	25.09.2023-30.09.2023
3. Заключительный этап	Проведение маркетингового исследования	01.10.2023-25.10.2023
	Анализ полученной информации	26.10.2023-10.10.2023
	Подготовка итогового отчета	11.11.2023-15.11.2023

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!