



Рекламная кампания предприятия индустрии моды

Выполнила:

ФИО

Научный руководитель проекта:

ФИО



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – разработка рекламной кампании предприятия индустрии моды на примере ОАО «Журнал мод».

Задачи:

1. раскрыть понятие и цели рекламной кампании;
2. дать краткую характеристику предприятия и его услуг;
3. провести анализ и оценку рекламной деятельности предприятия;
4. выявить проблемы предприятия;
5. разработать концепцию и определить цели и плана рекламной кампании для исследуемого предприятия;
6. осуществить расчет рекламного бюджета и оценку эффективности рекламной кампании исследуемого предприятия.



Теоретические аспекты планирования рекламной кампании предприятий

Этапы планирования рекламной кампании предприятий:



Анализ эффективности рекламной деятельности предприятия на примере ОАО «Журнал мод»

Краткая характеристика предприятия и его услуг:



Журнал мод – один из старейших журналов по рукоделию на российском рынке

«Журнал мод» является ежемесячным изданием. В журнале работает 10 человек. Главная задача журнала – предоставление читателям максимально оперативной, подробной и объективной информации. В структуре тиража юридические лица занимают 75%, физические лица (на дом) – 15%, включая студентов и преподавателей ВУЗов.



Анализ эффективности рекламной деятельности предприятия на примере ОАО «Журнал мод»

Состав и содержание финансово-хозяйственной деятельности предприятия:

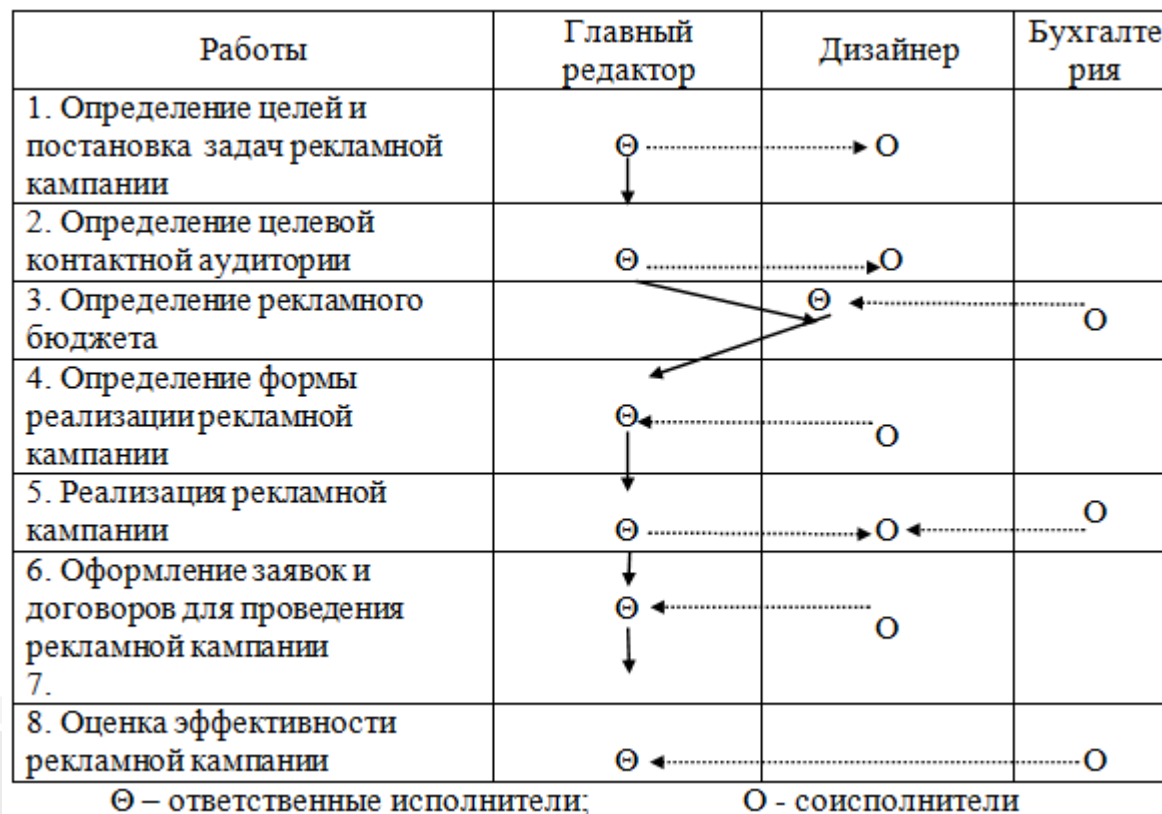
Анализ динамики активов и финансовых результатов ОАО «Журнал Мод»

Показатели	2012 год, тыс.руб	2013 год, тыс.руб	Изменение, %
1. Величина активов за период	30837	62750	103
2. Выручка от продаж	69653	83096	19,3
3. Прибыль (убыток) от продаж	10441	12035	15,3

Анализ эффективности рекламной деятельности предприятия на примере ОАО «Журнал мод»

Анализ и оценка рекламной деятельности предприятия:

Опперограмма рекламной деятельности

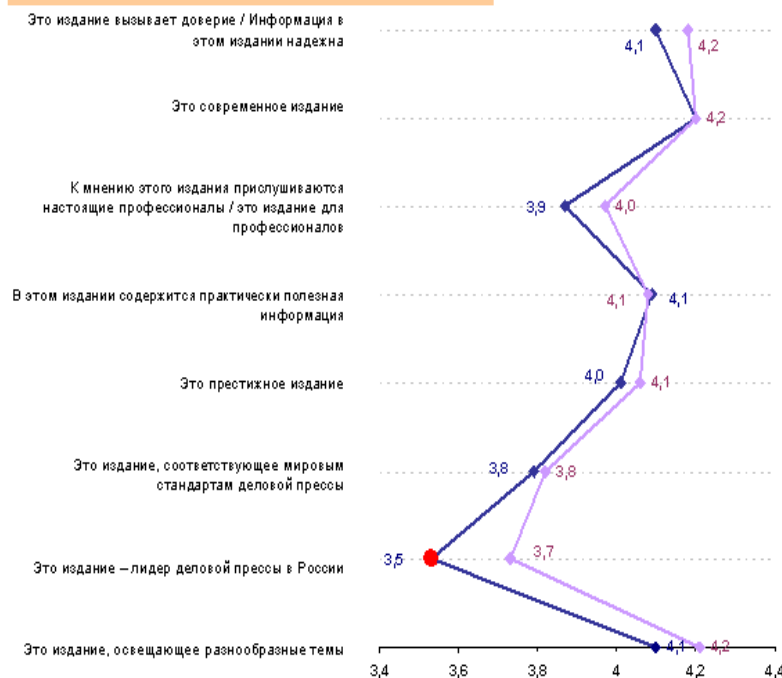


Анализ эффективности рекламной деятельности предприятия на примере ОАО «Журнал мод»

Анализ и оценка рекламной деятельности предприятия:

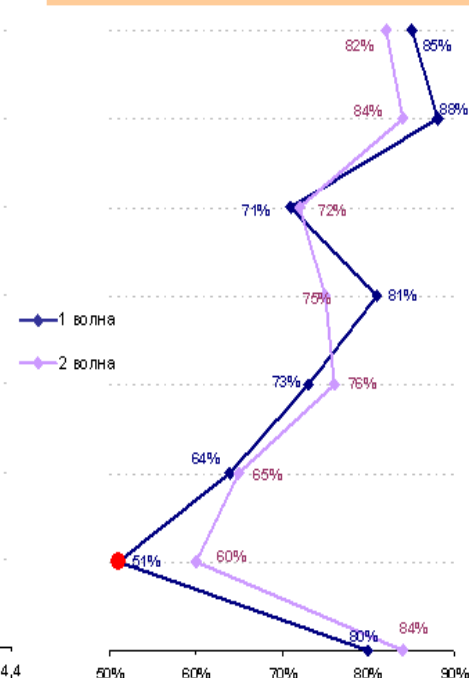
Результаты количественного исследования

Сравнение между волнами. Средний балл*



*Средние значения рассчитаны по 5-ти балльной шкале, где 1 – совершенно не соответствует, а 5 – полностью соответствует.

Сравнение между волнами. ТОП 2*



*ТОП2= 5 - полностью соответствует + 4- скорее соответствует



Анализ эффективности рекламной деятельности предприятия на примере ОАО «Журнал мод»

Анализ и оценка рекламной деятельности предприятия:

Результаты анализа:

1. В издании достаточно активно используются методы рекламы, которые преимущественно направлены на использование рекламы внутри розничной сети.
2. В рамках данного направления деятельности в издании применяются различные плакаты, календари, брошюры, буклеты, каталоги и другая печатная реклама.
3. Для того, чтобы улучшить работу в данном направлении, необходимо использовать элементы рекламной выкладки, а также создание торговых экспозиций с использованием специальных стендов, подставок.
4. Недостаточно активно используется наружная реклама в виде растяжек и информационных показателей
5. Отсутствие специалиста по рекламе;
6. Слабая маркетинговая политика;
7. Слабая политика продвижения услуги и слабая реклама.



Разработка рекламной кампании предприятия

Концепция услуги и определение целей рекламной

1. Внедрение в организационную структуру журнала менеджера по рекламе. Введение в штат менеджера по рекламе предполагает повышение эффективности в работе издательства, то есть разработку рекламных кампаний; подготовку рекламных текстов; творческое производство и т. д.

2. Составление рекламного материала для журнала: проведение рекламной кампании ОАО «Журнал Мод» .



Разработка рекламной кампании предприятия

Концепция услуги и определение целей рекламной

Бюджет рекламной кампании ОАО «Журнал Мод» на год:

Наименование мероприятия	Сумма, руб.
Внедрение отдела рекламы	248147,00
Способ распространения рекламы	426600
- реклама в сети интернет	12600
- рекламный щит	57000
- размещение на транспорте	20000
- радио реклама	128000
- реклама в СМИ	209000
Рекламные сувениры	1430
Участие в выставке	15720
Всего	691897



Разработка рекламной кампании предприятия

Концепция услуги и определение целей рекламной

Экономический эффект:





Рекламная кампания предприятия индустрии моды

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!