



План продвижения мебельного салона «Мебель- центр»



Акция «Новая итальянская коллекция мебели по ЛЕТНИМ ЦЕНАМ»

Время Акции июнь-август 2010 года.

Место проведения Акции – город Усть-Каменогорск.

Цели Акции:

1. Дальнейшее продвижение бренда и мебели предприятия;
2. Укрепления имиджа предприятия;
4. Увеличение объемов реализации.

Целевая аудитория Акции – средний класс и класс выше среднего.

Потребители в возрасте от 27 до 60 лет, без полового ограничения



Акция «Новая итальянская коллекция мебели по ЛЕТНИМ ЦЕНАМ»

1. Основные положения



Исходя из опыта продвижения можно сказать, что максимальный эффект имеет акционное продвижение, то есть продвижение основанное на ценовых и неценовых методах стимулирования сбыта с четким завершающим этапом, например, в виде розыгрыша среди клиентов предприятия, участников акции.

Сутью акции являются несколько моментов:

- новая коллекция итальянской мебели по теплым летним ценам;
- подарки для всех покупателей.

Агентство предлагает задействовать следующие каналы продвижения в числе которых:

- реклама на ТВ (Телегазета, бегущая строка);
- реклама на радио (текстовое объявление);
- полиграфия – листовки (двусторонний полноцвет, формат 1/3 часть формата А4);
- промо-акция в местах массового скопления людей.

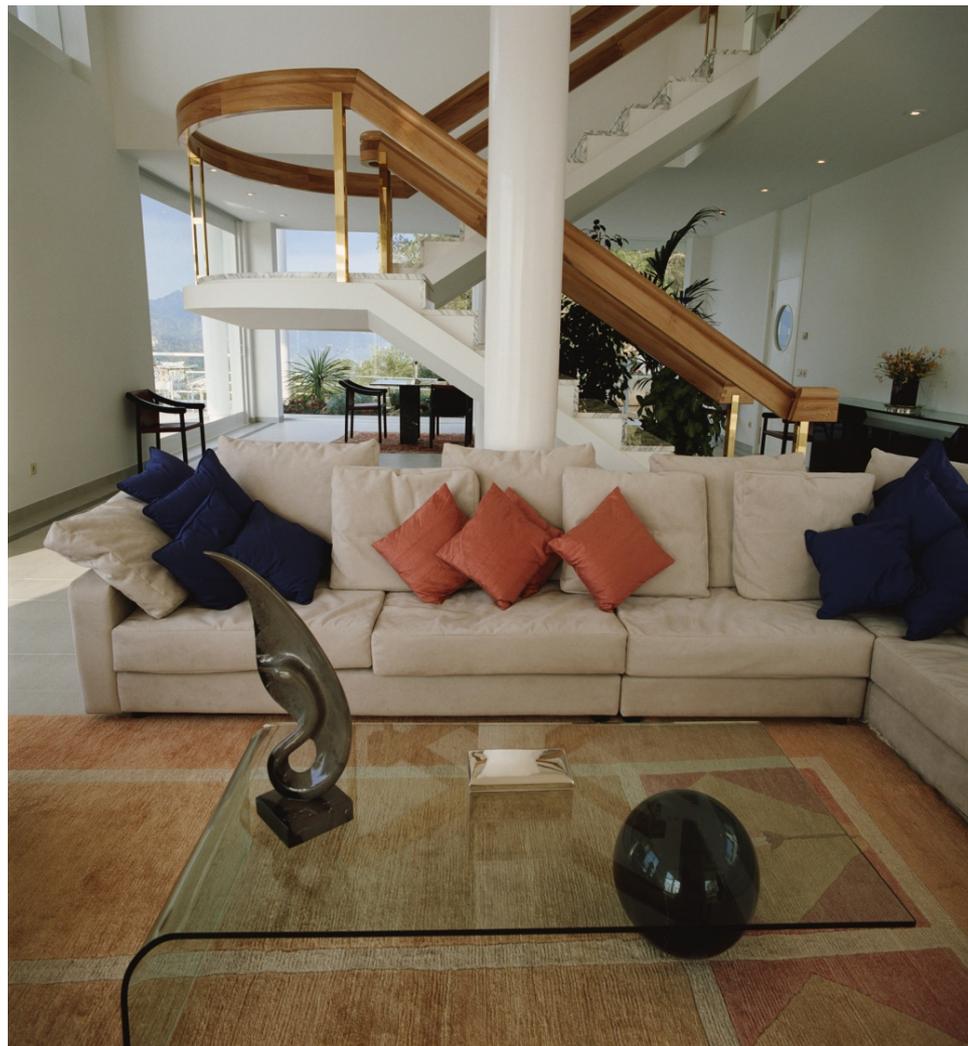
Акция «Новая итальянская коллекция мебели по ЛЕТНИМ ЦЕНАМ»

2. Стимулирование потребителей

Для стимулирования предлагается использование двойного стимулирования (краткосрочного и долгосрочного).

В виде краткосрочного стимулирования обычно используются подарки, скидки и т.д. В данном случае можно порекомендовать в виде подарка использовать сертификаты различного достоинства (в зависимости от объема покупки), которые дают возможность покупателю приобретения на эту сумму товаров группы компаний. Это даст возможность значительной экономии бюджета предприятия на подарках и предоставлении скидок.

В качестве долгосрочного стимулирования возможно использовать розыгрыш призов среди клиентов салона. Розыгрыш планируется провести в конце сентября. В качестве главного приза можно определить элементы мебели (кресло диван и т.д.). В качестве утешительных призов можно порекомендовать средства по уходу за мебелью и/или полотенца, халаты с логотипом предприятия.



Акция «Новая итальянская коллекция мебели по ЛЕТНИМ ЦЕНАМ»

3. Рекламные инструменты

В части реализации настоящего мероприятия предполагается задействовать следующие медианосители и каналы продвижения:

Телевидение:

- Телеканал «НТВ» - телегазета (медиаплан в приложении);
- Телеканал «31-Канал» – бегущая строка (медиаплан в приложении);

Радио

- Радиостанция «Микс» размещение текстового объявления (медиаплан в приложении);
- Радиостанция «Русское радио» размещение аудиоролика, хронометраж 15 сек. (медиаплан в приложении);

Промо-акция:

Две девушки-промоутера осуществляют раздачу листовок в местах массового скопления горожан (медиаплан в приложении).



Акция «Новая итальянская коллекция мебели по ЛЕТНИМ ЦЕНАМ»

Промо-акция:



В части этого мероприятия планируется задействовать двух промоутеров. Которые будут осуществлять раздачу листовок и консультации в торговом центре «Комфорт» и ЦУМе по выходным дням по 3 часа в день с 12.00 до 15.00.



Образец:

ФИО промоутера: Хонина Татьяна Александровна

Место проведения : ТЦ "Комфорт"

Дата	количество контактов	количество консультаций	количество продаж
14.03.2009	38	32	2
15.03.2009	41	34	2
20.03.2009	40	30	0
21.03.2009	48	42	4
22.03.2009	51	47	3
23.03.2009	56	49	5
27.03.2009	47	46	2

По дополнительному соглашению с клиентом промоутеры могут заполнять отчеты по каждому дню промо-акции. Форма отчета представлена.

Акция «Новая итальянская коллекция мебели по ЛЕТНИМ ЦЕНАМ»

Полиграфия

В части проведения промо-акции планируется изготовление листовок (двусторонний полноцвет, формат 1/3 часть А4) в количестве 5000 шт. График работы промоутеров, а также стоимость изготовления листовок представлены в медиа-плане в приложении.

В качестве подарков и для экономии бюджета возможно использовать сертификаты достоинством 5 и 10 тыс. тенге. Использование этого инструмента даст возможность дополнительного обращения покупателей в салон для использования сертификатов.



Приложение

Медиа-план

Носитель	Время размещения	Кол-во выходов	Стоимость	Примечание
Промоакция				
Работа промоутеров	12,13,19,20, 26,27 мая	6	16200	2 промоутера по 3 часа в день в субботу, воскресенье ЦУМ, ТЦ «Комфорт» (с 12-00 до 15-00 часов), Стоимость одного человека/часа 450 тенге
Аренда промо-площади			18000	
Итого промо-акция			34200	
Телевидение				
Телегазета на НТВ	2,3,8,9,10,15,16,17, 22,23,24,29,30 июня	13 дней	50 635	Показывается картинка, накладывается текст всего 10 слов, цена за слово 350 тенге. Вторник, среда, четверг (выходные люди на даче и т.п.).
Бегущая строка на 31 канале	2,3,8,9,10,15,16,17, 22,23,24,29,30 июня	13 дней	13 000	Всего 10 слов, цена за слово 100 тенге. Вторник, среда, четверг (выходные люди на даче и т.п.).
Итого телевидение			63 635	
Радио				
Русское радио, прокат аудиоролика, 15 сек	5,6,12,13,19, 20,26, 27 июня	48	31 584	Суббота и воскресенье, т.к. все выезжают за город и слушают радио.
МИКС, радиообъявление	5,6,12,13,19, 20,26, 27 июня	10	8 800	Суббота и воскресенье, т.к. все выезжают за город и слушают радио. 10 слов
Итого радио			40 384	
Изготовление				
Изготовление сертификатов	1-5 июня	30шт	1800	Односторонняя печать, бумага 250г глянцева, формат А5, достоинством 5 и 10 тыс. тенге
Изготовление аудиоролика	1-5 июня	1 шт	8000	15 сек
Изготовление промо-формы	1-5 июня	2 шт	5000	футболка и кепка с нанесением логотипа
Листовки	1-5 июня	5000	48500	Для раздачи клиентам в момент проведения промо-акции
Итого изготовление			63300	
Бюджет итого			201 519	