

# ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

# Проект: **Маркетинговый план** **предприятия .**

*Цель проекта :*

**Создание эффективного маркетингового плана для  
деятельности компании.**

# Проект: **Маркетинговый план** **предприятия .**

## *Задачи проекта:*

1. Определить название компании
2. Разработать логотип и слоган компании
3. Изучить "правдивость в рекламе"
4. Проанализировать факторы, влияющие на спрос
5. Разработать, применить и проанализировать опросный лист для покупателей
6. Выбрать товар (услугу)
7. Разработать упаковку товара;
8. Создать различные рекламные материалы
9. Определить затраты на производство/разработку одной единицы товара и составить таблицу ценообразования
10. Разработать презентацию, резюмирующую маркетинговый план

# Пример анкеты для проведения опроса потребителей, покупателей.

## **Изучение предпочтений по продукту и знаний марок:**

Предпочтения по типу продукта (может быть несколько ответов)

- продукт 1
- продукт 2
- продукт N

Какие марки из перечисленных Вы знаете? марка 1

- марка 2
- марка N

# Пример анкеты для проведения опроса потребителей, покупателей.

## **Место покупки и факторы принятия решения о покупке**

*Где потребитель чаще всего покупает продукцию? Возможно несколько ответов.*

- супермаркет/сетевой магазин
- магазин \_\_\_\_\_
- специализированный \_\_\_\_\_
- на рынке
- другое

*Чувствительность к цене?*

- продукт выбирается по \_\_\_\_\_. Цена не играет значение.
- продукт выбирается по \_\_\_\_\_. Цена изучается и принимается к сведению.
- при выборе продукта основное внимание обращается на цену.

*Критерий выбора продукта. На что обращается максимум внимания.*

- на марку, которую знаю /доверяю
- на внешний вид
- на комплектацию
- на \_\_\_\_\_
- на \_\_\_\_\_

# Пример анкеты для проведения опроса потребителей, покупателей.

## *Принцип покупки*

- покупаю быстро и импульсно (на ходу), то что понравится
- покупаю быстро и импульсно (на ходу), т.к. четко знаю, что хочу
- вдумчиво выбираю и ищу подходящее в данный момент вариант

## *Отношение к новинкам*

- покупаю один и тот же привычный продукт
- люблю экспериментировать и покупать новые продукты

## *Источники информации о продукте*

Источники получения информации о новинках на рынке продукции

- ТВ
- радио
- печатная реклама
- реклама в точках продажи
- в магазинах, когда вижу новый незнакомый продукт в продаже

# Название компании и логотип.



Адольф и Рудольф Дасслеры

«Adidas  
»  
«Addas»

«Puma  
»  
«Ruda  
»





# Название компании и логотип.



*Карл Бенц*



*Готлиб Даймлер*

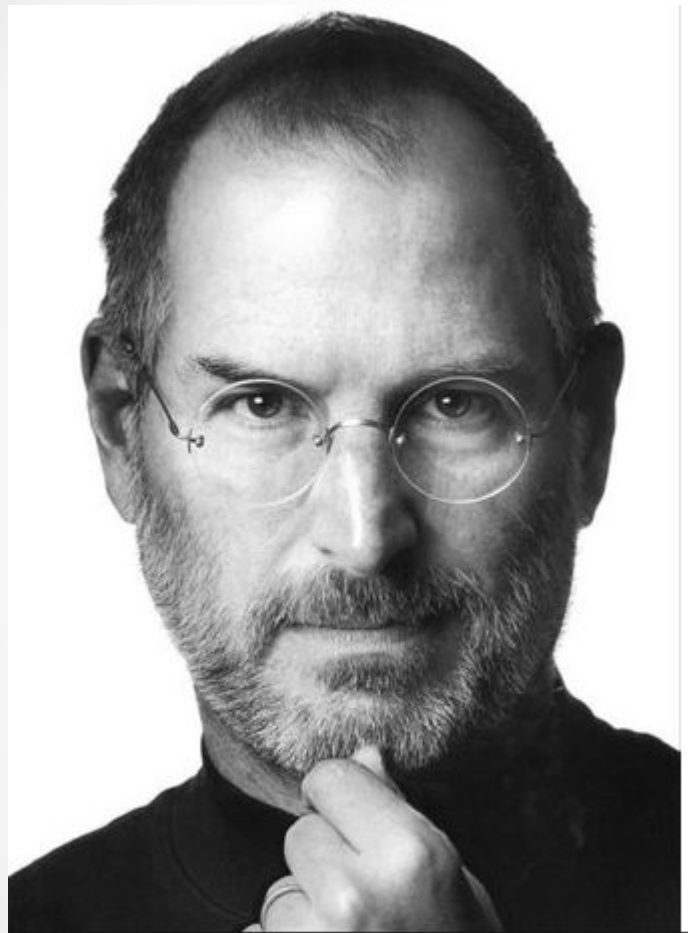


*Вильгельм Майбах*





# Название компании и логотип.



**Стив Джобс**



# Создание логотипа.

1. На бумаге с помощью карандашей, маркеров ...,  
(сканировать созданный рисунок)

1. На компьютере с помощью:

✓ графической программы или графических инструментов  
текстовых или иных редакторов.

✓ Онлайн сервисы:

- <https://www.logaster.ru/>

- <https://1ps.ru/blog/sites/2019/7-prilozhenij-dlya-sozdaniya-logotipa/>

# Создание слогана.

**Слоган должен быть простым и коротким!!!**

**«Бери от жизни все», Pepsi.**

**«Просто добавь воды», Инвайт.**

**«Вливайся!», Fanta.**

**«Жизнь — хорошая штука. Как ни крути», соки Rich.**

**«Хорошо иметь домик в деревне», молочные продукты.**

**«Мы заботимся о вас», Tefal.**

**«Мы работаем, вы отдыхаете», Indesit.**

**«На всех дорогах страны», Лада Приора.**

**«Вольному — Volvo».**

**«Нужна ли реклама совершенству?», BMW.**

**«Управляй мечтой», Toyota.**

**«Превосходя ожидания», Nissan.**

**«Ты меня удивляешь», Волга.**

**«Стремление к совершенству», Lexus.**

# Создание слогана.

Онлайн сервисы:

<http://megagenerator.ru/slogan/>

# Создание упаковки.



# Создание упаковки.





# Создание упаковки.





# Создание упаковки.



# Создание упаковки.



# Создание упаковки.



marinbiz.ru

# Создание упаковки.





# Создание упаковки.



# Создание упаковки.



# Создание упаковки.





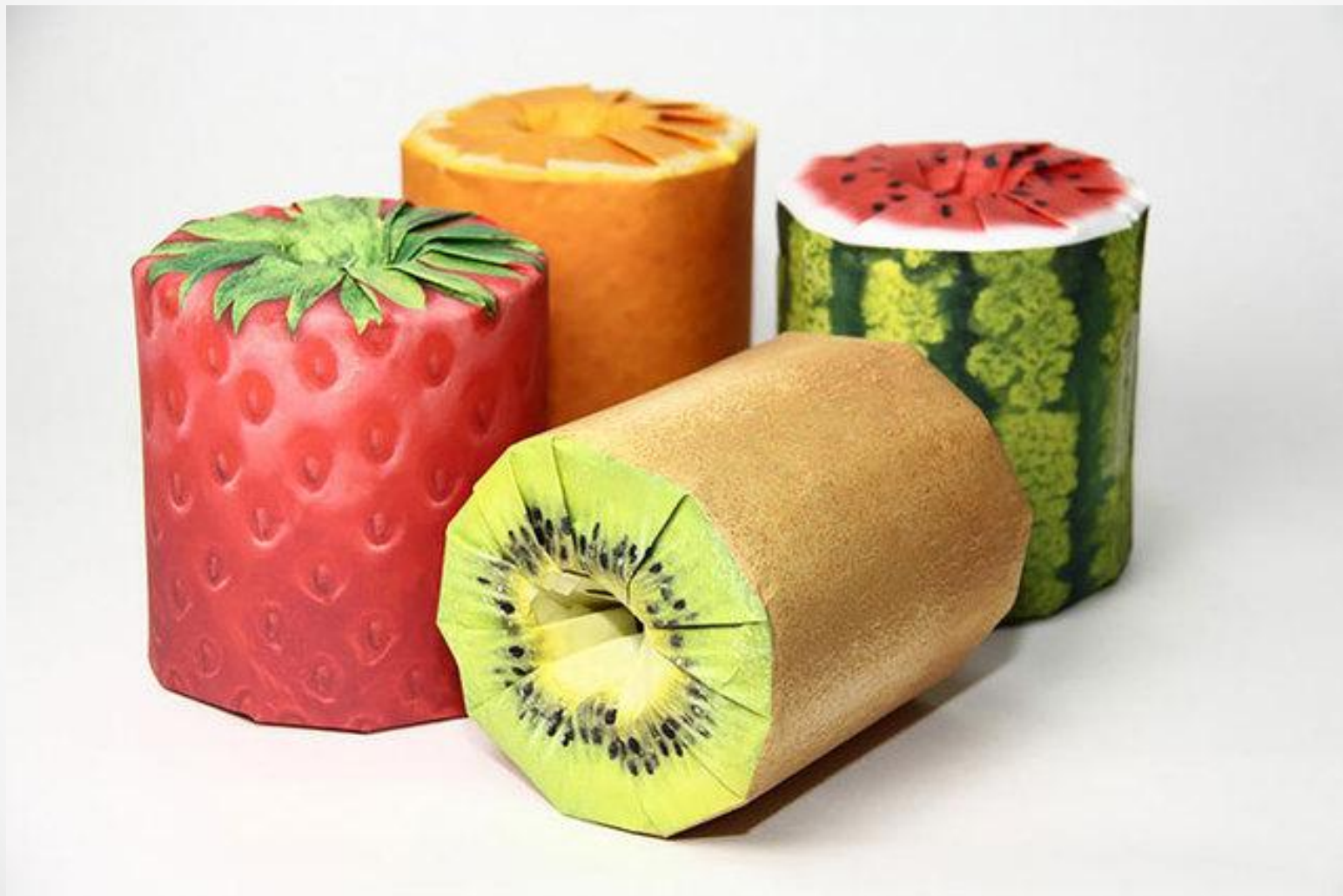
# Создание упаковки.



# Создание упаковки.



# Создание упаковки.





# Создание упаковки.



# Создание упаковки.



# Создание упаковки.





# Создание упаковки.





# Создание упаковки.

1. На бумаге с помощью карандашей, маркеров ...,  
(сканировать созданный рисунок)

2. На компьютере с помощью:

✓ графической программы или графических инструментов  
текстовых или иных редакторов.

3. Онлайн сервисы:

❖ <https://easypackmaker.com/ru>

❖ [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/etiketka/](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/etiketka/)

❖ [https://copy.spb.ru/poligr\\_prod/paketi/polietilenovye\\_pakety/onlajn\\_konstruktor\\_polietilenovogo\\_paketa/](https://copy.spb.ru/poligr_prod/paketi/polietilenovye_pakety/onlajn_konstruktor_polietilenovogo_paketa/)

❖ <https://www.templatemaker.nl/ru/>



# Как создать эффективную рекламную листовку – основные правила

1. Ориентируйтесь на свою целевую аудиторию.
2. Используйте оптимальное соотношение текста и иллюстрационной части изделия.
3. Отдавайте предпочтение двухсторонним листовкам.
4. Структурируйте весь свой текст, по возможности вставляя тезисы, заголовки и подзаголовки.
5. Разместите всю необходимую информацию о вашей компании на видном месте (адрес магазина или офиса, контактный номер телефона и адрес электронной почты).

# Создание рекламных материалов.

1. На бумаге с помощью карандашей, маркеров ...,  
(сканировать созданный рисунок)

2. На компьютере с помощью:

✓ графической программы или графических инструментов  
текстовых или иных редакторов.

3. Онлайн сервисы:

❖ <https://crello.com/ru/create/flyers/>

❖ [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/flayer/](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/flayer/)

❖ [https://editor.printdesign.ru/products/redaktor\\_listovok](https://editor.printdesign.ru/products/redaktor_listovok)

# Создание рекламных материалов.

## Пресс - релиз

Пресс-релиз – это официальное заявление (письменное или устное), которое организации адресуют новостным медиа и не только.

Объём – 1 – 2 страницы.

Содержание пресс – релиза:

- ✓ Выпуск нового продукта.
- ✓ Обновление существующего продукта.
- ✓ Открытие нового офиса
- ✓ Объявление о новом партнерстве.
- ✓ Ребрендинг.
- ✓ Новое руководство.
- ✓ Получение премии или награды.



# Создание рекламных материалов. Пресс - релиз

ПРАВИЛО 1. СДЕЛАЙТЕ СВОЙ ЗАГОЛОВОК НЕОТРАЗИМЫМ

ПРАВИЛО 2. БУДЬТЕ ИНФОРМАТИВНЫ

ПРАВИЛО 3. ПРЕДЛОЖИТЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ЦИТАТЫ

ПРАВИЛО 4. РАССКАЖИТЕ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ РАБОТЫ

ПРАВИЛО 5. ПОДРОБНЕЕ РАССКАЖИТЕ О СЕБЕ И СВОЕЙ  
НОВОСТИ

# Создание рекламных материалов.

## Пресс - релиз

### Структура пресс-релиза

**Заголовок**  
(отвечает на вопрос  
что?)

Информативный  
Краткий  
Яркий

Контактная  
информация:  
адрес, телефон, E-mail,  
логотип, ФИО.

**Лид**  
(отвечает на вопросы  
когда, где, как и зачем)

Лаконичный (2-3  
предложения)  
Информативный  
Интересный

**Тело текста**  
(раскрывает  
содержание заголовка  
и лида)

Особое внимание  
первому абзацу.  
Можно включать  
выдержки из  
исследований,  
факты, цифры,  
статистику,  
цитаты.



# Пример пресс-релиза

## Заголовок

6 причин начать использовать виртуальный тур 360° при просмотре недвижимости

## Лид

Портал недвижимости Mesto.ua представляет новейший сервис «Виртуальный тур 360°» и приводит шесть веских аргументов для риелторов использовать его при показе объектов клиентам.

## Тело текста (первый абзац)

Аренда и покупка жилья в интернете уже давно перестали быть сценариями из научно-фантастических фильмов. Более того, сегодня при подборе объекта недвижимости стало необязательным даже приезжать на осмотр – новейшие достижения человечества в области использования виртуальной реальности (VR) позволяют «прогуляться» по будущей квартире, не выходя из дома или офиса. Портал недвижимости Mesto.ua представляет новейший сервис «Виртуальный тур 360°» и приводит шесть веских аргументов для риелторов использовать его при показе объектов клиентам.

**Примеры  
пресс - релиза**

<https://varskoy.com/blog/press-reliz-kak-pravilno-napisat-i-razmestit-press-reliz-obrazets-primer/>

# Ценообразование товара (услуги)

## Таблица расчёта цены



# Продвижение товара (услуги)

- ❖ Реклама
- ❖ Личные продажи
- ❖ Пропаганда
- ❖ Стимулирование продаж

# Реклама

## Виды восприятия рекламы:

- ✓ **Случайная** – такой тип подачи, который не запоминается или запоминается с большим трудом. Потенциальный клиент должен четко понимать, где в случае чего искать рекламу данного продукта.
- ✓ **Востребованная** — такой тип рекламы, который легко запоминается. Она совершенно не нуждается в дорогостоящем ее представлении, достаточно написать пару строк в газете или на доске объявлений.
- ✓ **Ненужная** – этот вид рекламы потенциальный клиент игнорирует, она его попросту раздражает. Ненужная реклама присутствует всегда, невозможно всем угодить. Вопрос заключается в другом, какая часть населения воспринимают ее как востребованную, случайную или ненужную информацию.



# Личные продажи

Личные продажи - директ (прямой) маркетинг.

- ✓ **Ориентация на клиента.** Данный метод основывается на выявлении нужд потенциальных клиентов и предложения способов их удовлетворения;
- ✓ **Ориентация на продажи.** Данный метод является весьма агрессивным, т.к. он направлен на получение продаж любой ценой.

- Выявление потребителей;
- Сбора о состоянии рынка;
- Выявление потребностей клиентов.



# Пропаганда

Главной целью - привлечение новых клиентов без дополнительных затрат на рекламу.

- Выступления;
- Новости;
- Спонсорство;
- Мероприятия;
- Публикации.





# Стимулирование продаж

Стимулирование продаж – это совокупность мероприятий, которые направлены на продвижение товара и увеличения продаж.

- Различные игры и конкурсы;
- Раздача пробников;
- Демонстрация товара промоутерами.

Для покупателей (потребителе)

- Обучение персонала;
- Проведение различных конкурсов по итогам продаж.

Для сотрудников (персонала)



# Оформление и защита проекта

## Презентация

**Не нужно перегружать слайды**

**Внимательно подойдите к оформлению презентации**

**Проверьте работу всех гиперссылок**

**Нельзя читать слайды**

**Составьте план речи**

**Сделайте шпаргалки**

**Подготовьтесь к вопросам**

**Помните о времени**

**Порепетируйте перед кем-то**

**Подведите итоги после выступления**