

Федеральное государственное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕДИКО-ТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО МЕДИКО-БИОЛОГИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА»**  
(ФГБПОУ СПб МТК ФМБА России)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА НА ТЕМУ:**

**«ПРОДВИЖЕНИЕ САЛОНОВ ОПТИКИ  
«СЧАСТЛИВЫЙ ВЗГЛЯД НА РЫНКЕ»**

**Выполнила:**

Студентка гр. 0-126 очной формы обучения

**Бычкова Софья Викторовна**

**Руководитель:**

**Управляющий салоном оптики**

**Немошкалова Мария Андреевна**

**Рецензент:**

**Директор департамента продаж**

**Хохлушина Екатерина Анатольевна**

Санкт-Петербург

2020

# Цели и задачи работы:

Разработка комплексной программы продвижения компании «Счастливый взгляд» с целью информирования потребителей об основных условиях проведения мероприятия по стимулированию сбыта в период подготовки к весенне-летнему сезону.

## Задачи данной работы:

- изучить особенности и подходы к понятию «продвижение»;
- исследовать особенности продвижения салонов «Счастливый взгляд» на рынке;
- разработать программы продвижения компании «Счастливый взгляд»;

Объектом исследования являются салоны медицинской оптики и предлагаемые ими товары и услуги.

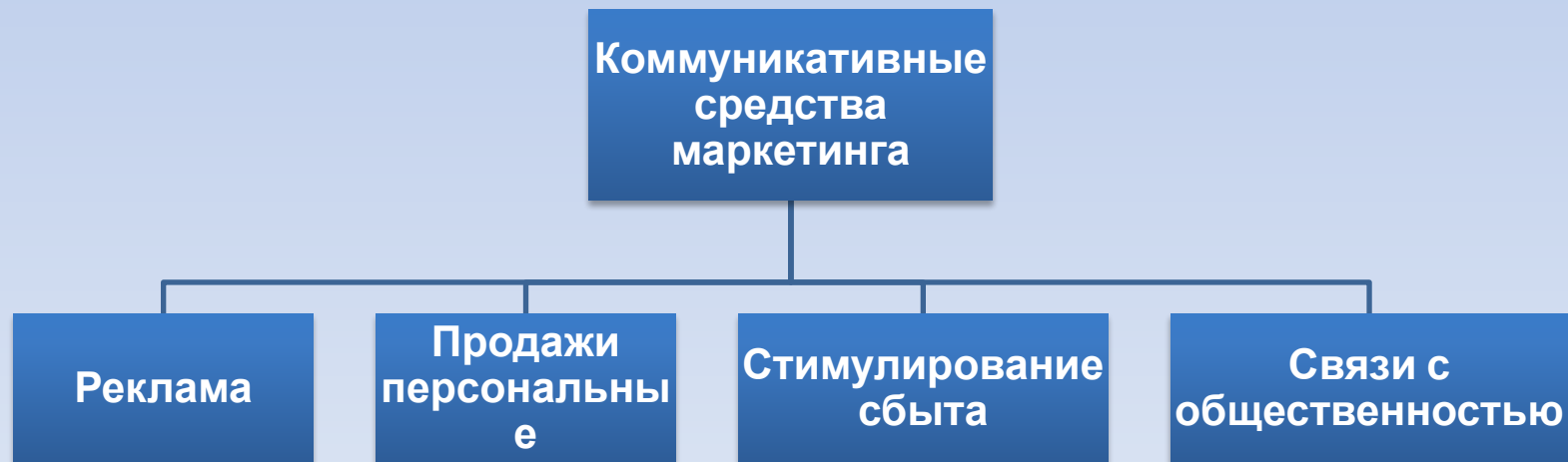
**Продвижение в маркетинге (промоушн, promotion, промо)** – комплекс маркетинговых мер, направленных на увеличение спроса и, как следствие, увеличение продаж.

**Функции продвижения:**

- создавать престиж предприятия (покупатель готов платить высокую цену только в том случае, если изготовитель ему хорошо известен и пользуется хорошей репутацией);
- стимулировать спрос;
- предоставлять потребителю необходимую информацию о товаре;
- обеспечивать, поддерживать и расширять достигнутый объем сбыта;
- внушать доверие к товару и его изготовителю;
- побуждать покупателя отождествлять себя с товаром и его изготовителем;
- придавать данному товару определенный образ (имидж).

# Коммуникация как основа продвижения продукции

Маркетинговые коммуникации – комплексная система рыночного взаимодействия с общественными кругами, связанная с движением товара, обменом информацией, технологией, знаниями, опытом.



# Характеристика сети компании «Счастливым взгляд»

Сеть «Счастливым взгляд» имеет 16-летнюю историю развития и за этот период сумела стать лидирующей компанией в отрасли.

Первый «Счастливым взгляд» открылся в апреле 2003 года, на сегодняшний день 197 оптик успешно работают в 50-ти городах, в 7 из 9 федеральных округов России. В ассортименте салонов представлены: медицинские оправы; солнцезащитные очки; аксессуары для очков; контактные линзы и средства по уходу за ними.



# Миссия компании «Счастливый Взгляд»

Единая команда квалифицированных и мотивированных сотрудников, ориентированная на розничную реализацию товаров медицинского назначения и качественных услуг, предоставляемых во всех сегментах компании.



Ориентация на клиента



Общество



Уважение к людям



Результативность



Сотрудничество



Лидерство



Честность



Качество

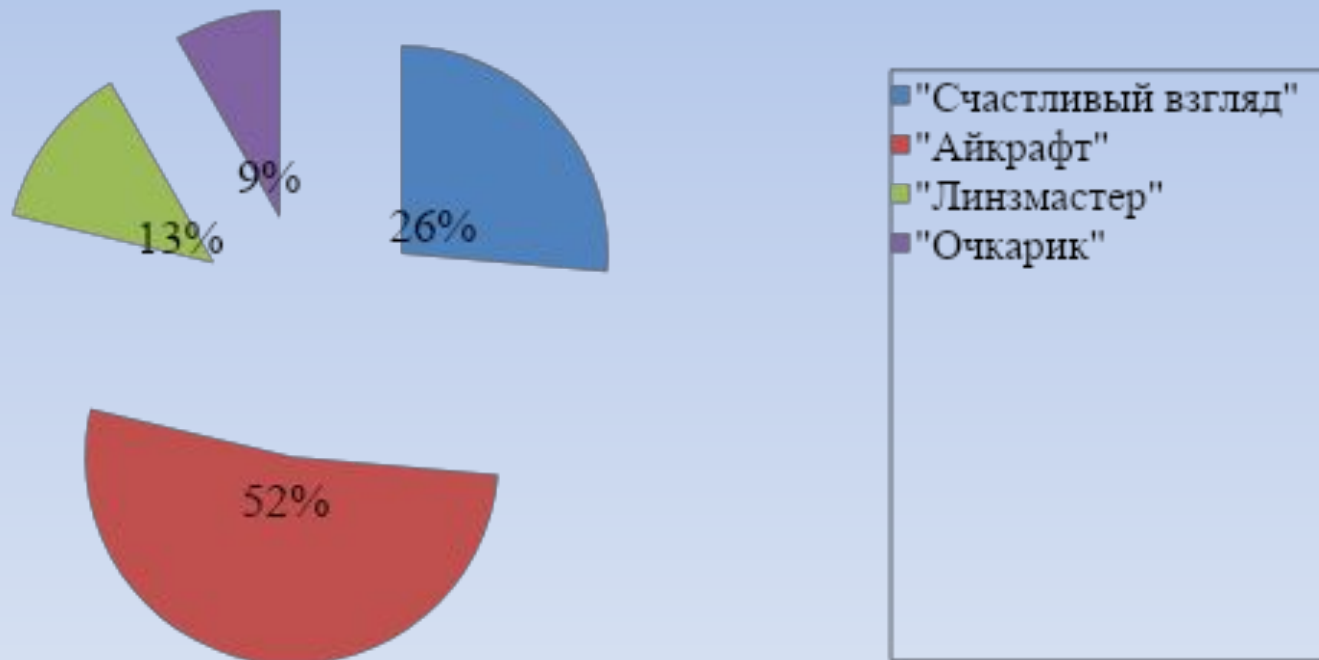


Инновации

# Ценности компании

- **Инновации.** Рост компании и основное направление дальнейшего развития.
- **Покупатель.** Удовлетворение потребностей покупателя, развитие долгосрочных отношений, основанных на доверии, с каждым.
- **Качество.** Огромное количество способов улучшения качества.
- **Коллективная работа.** Взаимопомощь сотрудников-эффективность и рост производительности труда.
- **Оперативность.** Быстрая реакция компании на потребности общества.
- **Персонал.** Внимание и мотивация со стороны руководства. Рост сотрудников в профессиональном плане, расширение области знаний.
- **Общество.** Компания способствует тому, чтобы люди были здоровы.
- **Достоинство.** Компания придерживается высоких этических и моральных принципов.

# Доля рынка сети «Счастливым взгляд» среди других компаний, занимающихся оптикой в России





К средствам продвижения сети салонов оптики «Счастливым взглядом» относятся следующие мероприятия:

Реклама в  
средствах  
массовой  
информации

Наружная  
реклама

Разработка  
скидочной  
системы

Интернет-  
реклама

Печатная  
продукция

# Реклама в средствах массовой информации

Для увеличения охвата целевой аудитории была запущена реклама на телевизионном канале. Рекламное сообщение будет транслироваться 3 раза в день в разное эфирное время, а значит, рекламное сообщение запомнится целевой аудиторией.

# Наружная реклама

Наружная реклама будет размещена на банерах и стеллах



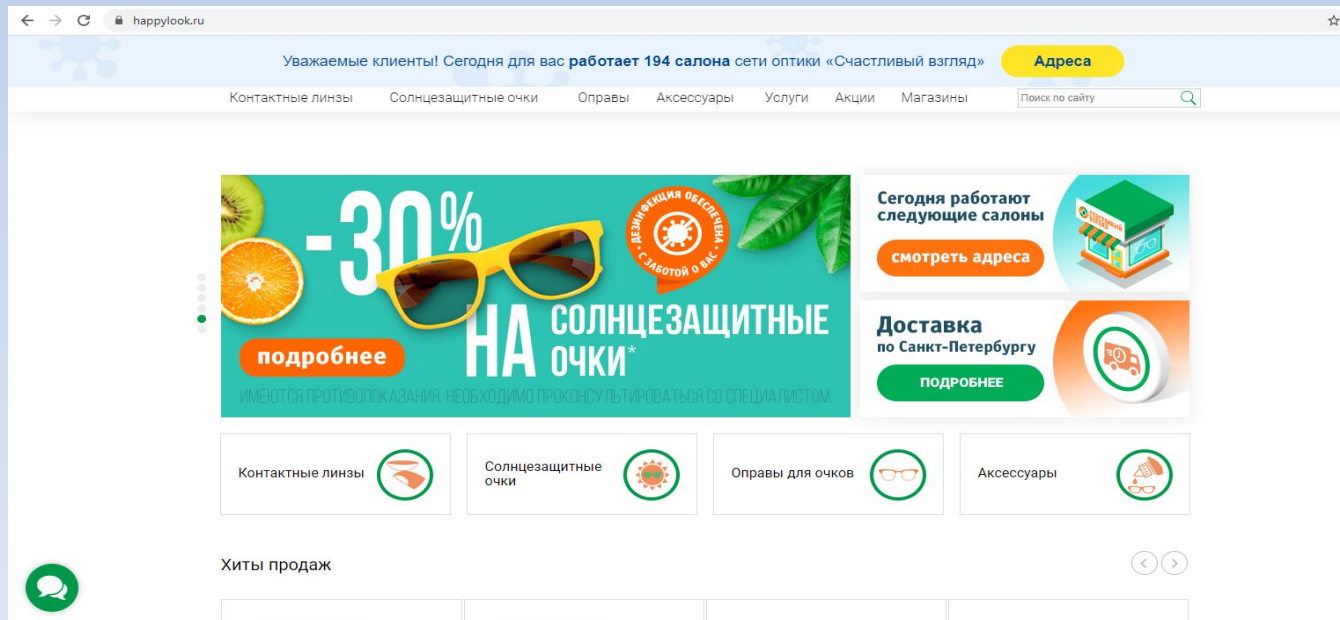
# Разработка скидочной системы

В «Счастливом взгляде» всем покупателям выдаются скидочные карты. Главной составляющей скидочной системы является стимулирование потребителей и привлечение потенциальных клиентов. Карта является скидочной и накопительной. Размер скидки может составлять от 5% до 20%



# Интернет-реклама

Для снабжения притока новых покупателей, было принято решение продвигать уже существующий сайт, снабдить его актуальной информацией о новой программе и скидках.



# Печатная продукция

Для привлечения внимания к здоровому образу жизни, новой продукции салонов «Счастливым взглядом», а именно к продаже солнцезащитных очков, к стилю и красоте, привлечению новых клиентов, мы решили выпускать буклеты с информацией о новом современном продукте компании.

- В данной были сформулированы следующие вопросы: теоретические основы и функции продвижения оптической компаний на рынке;
- Выявлены и описаны основные инструменты продвижения: реклама, связи с общественностью и стимулирование сбыта, а так же охарактеризован каждый вид инструмента;

## **Вывод:**

На основе проведенного исследования, можно сказать, что предложенная кампания продвижения, способствует распространению информации о ООО «Счастливый взгляд» и увеличению клиентопотока, что соответственно ведет к возрастанию объема продаж. А это значит, что поставленные цели были достигнуты.



**Спасибо за внимание!**