

Формирование коммуникационной политики новокузнецкого филиала ООО «Пронто-Новосибирск»

Выполнил: студент группы МР-031
Щербакова Елена

Руководитель: к.э.н., ст.преподаватель
Порохин А.В.

Основные определения

Коммуникация - это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникационных средств.

Маркетинговая коммуникация - это система, единый комплекс, объединений участников, каналы и приемы коммуникации, направленные на установление и поддержание определенных запланированных взаимоотношений с адресатом коммуникации в рамках достижения её маркетинговых целей

Коммуникационная политика - система общих установок, критериев, ориентиров, принятых организацией для действий и принятия решений в сфере коммуникаций, которые обеспечивают достижение ее целей.

Издания ООО «Пронто-Новосибирск»



Газета бесплатных объявлений «ИЗ РУК В РУКИ», тираж 4975 экз., на рынке г. Новокузнецка 7 лет



Журнал авто-фотообъявлений «АВТО-СИБИРЬ», тираж 3500 экз., на рынке 5 лет

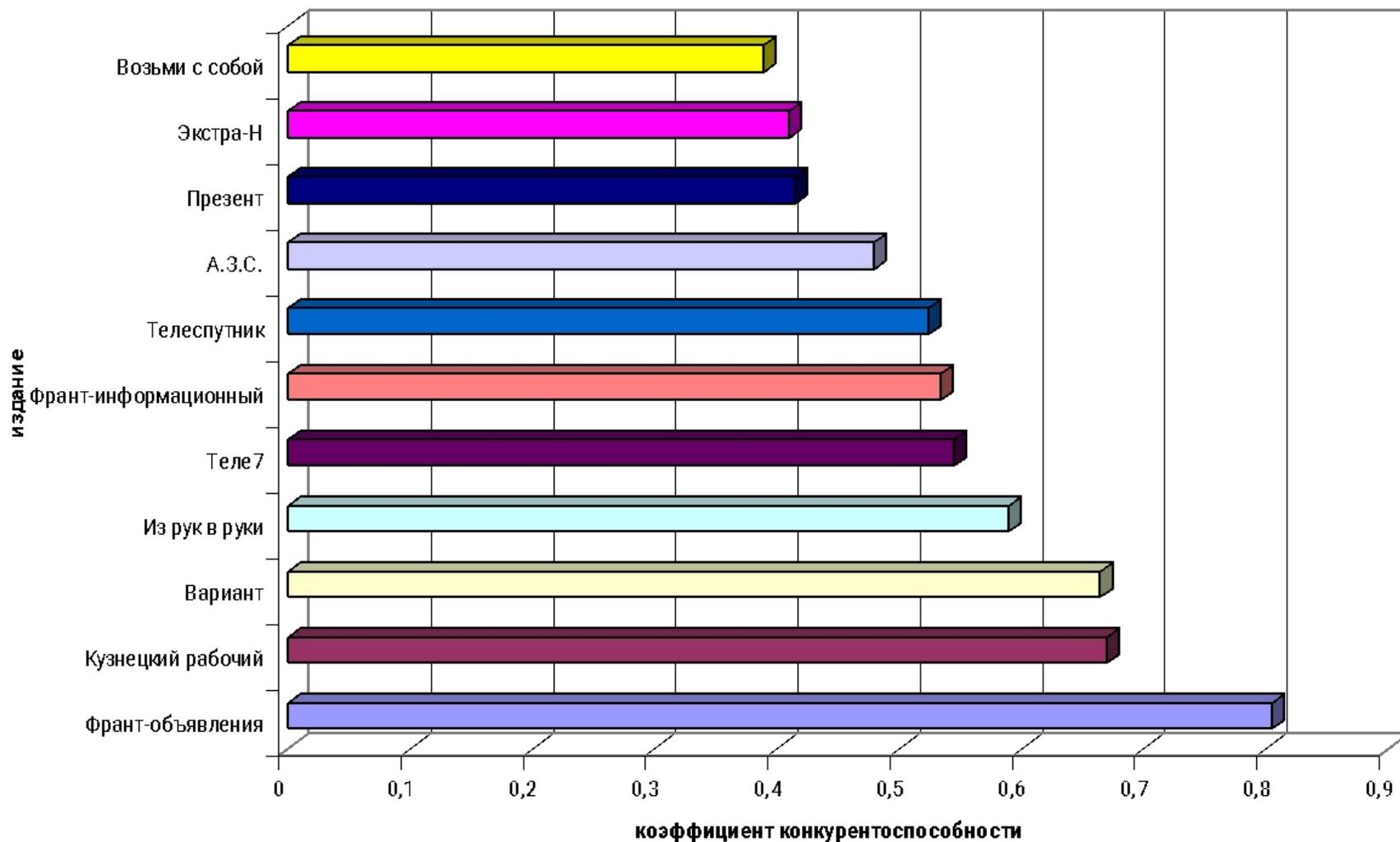


Специализированное издание вакансий «РАБОТА СЕГОДНЯ», тираж 4000 экз., на рынке менее 1 года



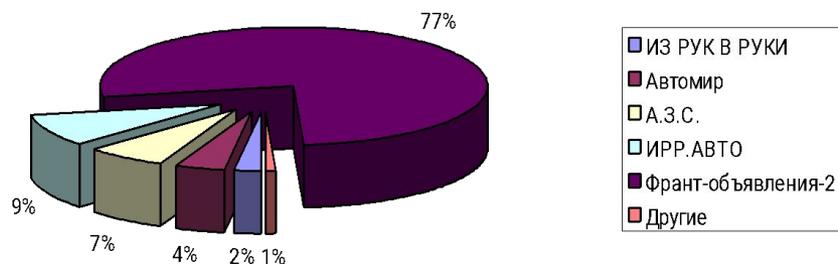
Газета бесплатного распространения, рассчитанная на сегмент b2b, «БИЗНЕС-РЕГИОН», тираж 6000 экз., на рынке г. Новокузнецка 4 года

Конкурентоспособность изданий

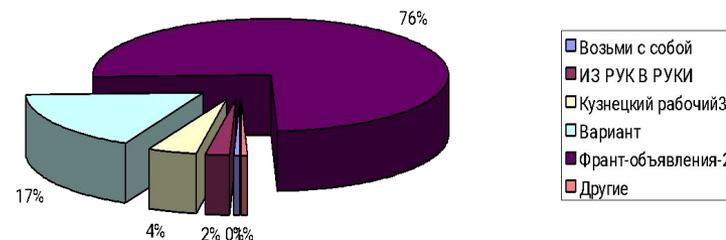


Анализ конкурентного положения по показателю совокупного недельного дохода

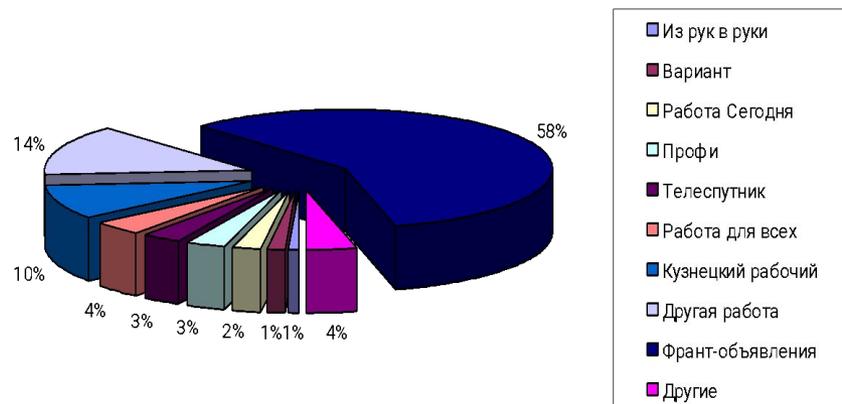
Сегмент «Средства транспорта»



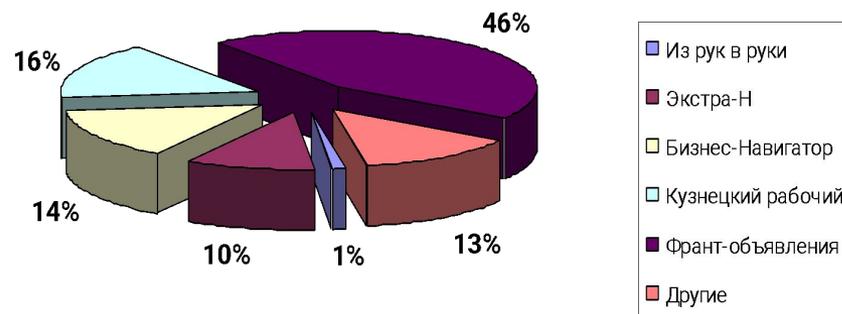
Сегмент «Недвижимость»



Сегмент «Работа»



Сегмент «Строительство»



Цели плана маркетинговых коммуникаций 2008 г.

Цели по газете «Из рук в руки»:

- увеличить доход от реализации среднего выпуска до **20 000** руб.;
- увеличить доход от продажи рекламы в номер до **250 000** руб.;
- уменьшить процент списания до **10 %** ;
- увеличить количество бесплатных объявлений до **12 000** шт.

Цели по газете «Работа сегодня»:

- увеличить доход от реализации среднего выпуска издания до **7 500** руб.;
- увеличить доход от продажи рекламы в номер до **35 000** руб.;
- уменьшить процент списания до **10 %** ;
- увеличить количество вакансий в номер до **950** шт.

Цели по журналу «Авто-Сибирь»:

- увеличить доход от реализации среднего выпуска издания до **35 000** руб.;
- увеличить доход от продажи рекламы в номер до **70 000** руб.;
- уменьшить процент списания до **10 %**.

ПРОЕКТНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ



1. Организовать еженедельную доставку 4 изданий «Пронто» в Центральную библиотечную сеть им. Н.В. Гоголя (12 филиалов);

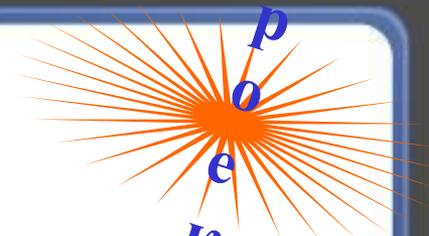
Затраты: 0 руб.

Ожидаемый результат:

- ✓ расширение сети распространения на 12 точек,
- ✓ расширение читательской аудитории в среднем на 150 чел. в неделю,
- ✓ формирование имиджа «городских» газет

2. Начиная с 2009 г. формировать рекламный бюджет по методу конкурентного паритета

ПРОЕКТНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ



3. Во II полугодии 2008 г. перераспределить затраты по отдельным статьям рекламного бюджета (увеличить расходы на мерчендайзинг)

Затраты: 0 руб.

Ожидаемый результат: увеличение дохода от реализации тиража на **62,9%**

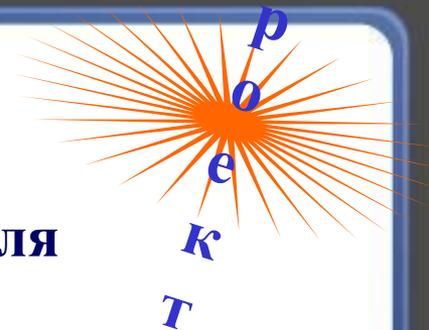
4. Выступить информационным спонсором гонок автомобильного клуба «4x4» «Кузнецкие дебри».

Затраты: 9 000 руб.

Ожидаемый результат:

- ✓ укрепление позиций бренда «Авто-Сибирь» среди целевой аудитории журнала
- ✓ увеличение количества фотообъявлений на **10 шт. еженедельно**

ПРОЕКТНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ



5. Провести бизнес-тренинг «Успешные продажи» для менеджеров рекламного отдела

Затраты: 40 130 руб.

Ожидаемый результат: процент перевыполнения плана продаж отделом рекламы после проведения тренинга:

1 месяц - **24,4 %**, 2 месяц - **16,8 %**, 3 месяц - **10%**.

6. Организовать ведение и постоянное обновление базы постоянных клиентов, а также системы работы с базами данных потенциальных клиентов сегмента «Средства транспорта» (по данным сайта «Бызово.ру»).

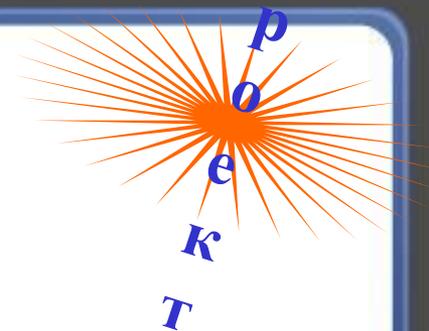
Затраты: 0 руб.

Ожидаемый результат: **15** новых подателей авто-фотообъявлений еженедельно.

Технология работы с базами данных потенциальных клиентов сегмента «Средства транспорта»

	<i>Задачи</i>	<i>Ответственный</i>	<i>Сроки</i>
1 этап. Подготовка базы			
1	Сформировать базу из объявлений о продаже автомобилей, выложенных на сайте Бызово.ру	Маркетолог	Понедельник, до 15.00
2	Провести контрольный анализ базы на предмет повторения объявлений, удалить объявления, попадавшие в предыдущие подобные базы. В случае продажи через один номер 3 и более машин, заносить его в «Базу перегонщиков автомобилей».	Маркетолог	Понедельник, до 16.00
2 этап. Проведение «обзвона»			
1	Сотрудники отдела по работе с клиентами звонят по объявлениям, вошедшим в базу, предлагают разместить автофотообъявление в 2 изданиях «Пронто-Новосибирск», отмечают в базе тех, кто согласился приехать в офис и разместить объявление.	Руководитель отдела продаж	Вторник-пятница, 13.00-15.00
2	Анализ отработанной базы, подсчет положительных ответов, оценка эффективности мероприятия	Маркетолог	понедельник, до 12.00

ПРОЕКТНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ



7. Провести акцию «Счастлиное объявление»

Затраты: 583 руб.

Ожидаемый результат: рост продаж «пакетных» фотообъявлений на **34 %**

8. Провести конкурс киоскеров в сети «ВестиЧ»

Затраты: 45 360 руб.

Ожидаемый результат: снижение процента списания по 3 изданиям ООО «Пронто-Новосибирск»:

- ✓ по газете «Из рук в руки» - на **11 %**;
- ✓ по журналу «Авто-Сибирь» - на **9 %**;
- ✓ по газете «Работа Сегодня» - на **8 %**.

Положение об акции «Счастливые объявления»

Задачи	Ответственный	Сроки
1 этап. Подготовка к акции		
Материальное обеспечение акции (закупить еженедельные суперпризы).	Директор	До 27.06.08
Провести инструктаж с фотоагентами и работниками пунктов приема рекламы и объявлений	Директор	До 27.06.08
Разработать рекламный макет анонса в газете «Из рук в руки»	Маркетолог	До 27.06.08
Провести контрольный анализ состава фотообъявлений (для анализа взять неделю с 23 по 29 июня): Количество фотообъявлений, поданных только в журнал «Авто-Сибирь». Количество «пакетных» фотообъявлений. Количество фотообъявлений, поданных только в газету «Из рук в руки»	Маркетолог	До 30.06.08
2 этап. Проведение акции		
Фотоагенты и сотрудники пунктов приема объявлений сообщают подателям фотообъявлений, что с 30 июня по 3 августа проводится акция, вручают всем подателям «пакетных» фотообъявлений зажигалку; предлагают участвовать в розыгрыше суперприза, если подается «пакетное» объявление на 2 и более выхода; оформляют купон участника розыгрыша.	Директор	С 30.06.08 по 03.08.08
Проведение еженедельных розыгрышей призов в помещении офиса редакции в 14-00 по пятницам. В розыгрыше участвуют лотерейные билеты, выданные за неделю, предшествующую розыгрышу.	Маркетолог	04.07, 11.07, 18.07, 25.07, 01.08
Составление еженедельных отчетов о проведении акции. В отчет включаются параметры за неделю: Количество выданной сувенирной продукции (зажигалок). Количество выданных купонов участника акции. ФИО, паспортные данные и контактные телефоны победителя еженедельного розыгрыша.	Маркетолог	04.07, 11.07, 18.07, 25.07, 01.08
Составление еженедельных отчетов о результатах акции. (количество фотообъявлений только в журнале, «пакетных» фотообъявлений и количество поданных только в газету).	Маркетолог	04.07, 11.07, 18.07, 25.07, 01.08
Публикация еженедельно в газете анонса акции с ФИО победителей розыгрыша призов.	Маркетолог	09.07- 30.07
3 этап. Подведение итогов, оценка эффективности		
По итогам акции составить акт списания выданной сувенирной продукции	Маркетолог	04.08
По итогам составить отчет о результатах акции.	Маркетолог	05.08

Показатели эффективности проекта



Срок окупаемости (лет)	0,8
Внутренняя норма доходности (ВНД) (%)	34
Индекс доходности (ИД)	7,6
Чистый дисконтированный доход, тыс. руб.	2 578
Рассчитано на период (лет)	1,5

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ