

# 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

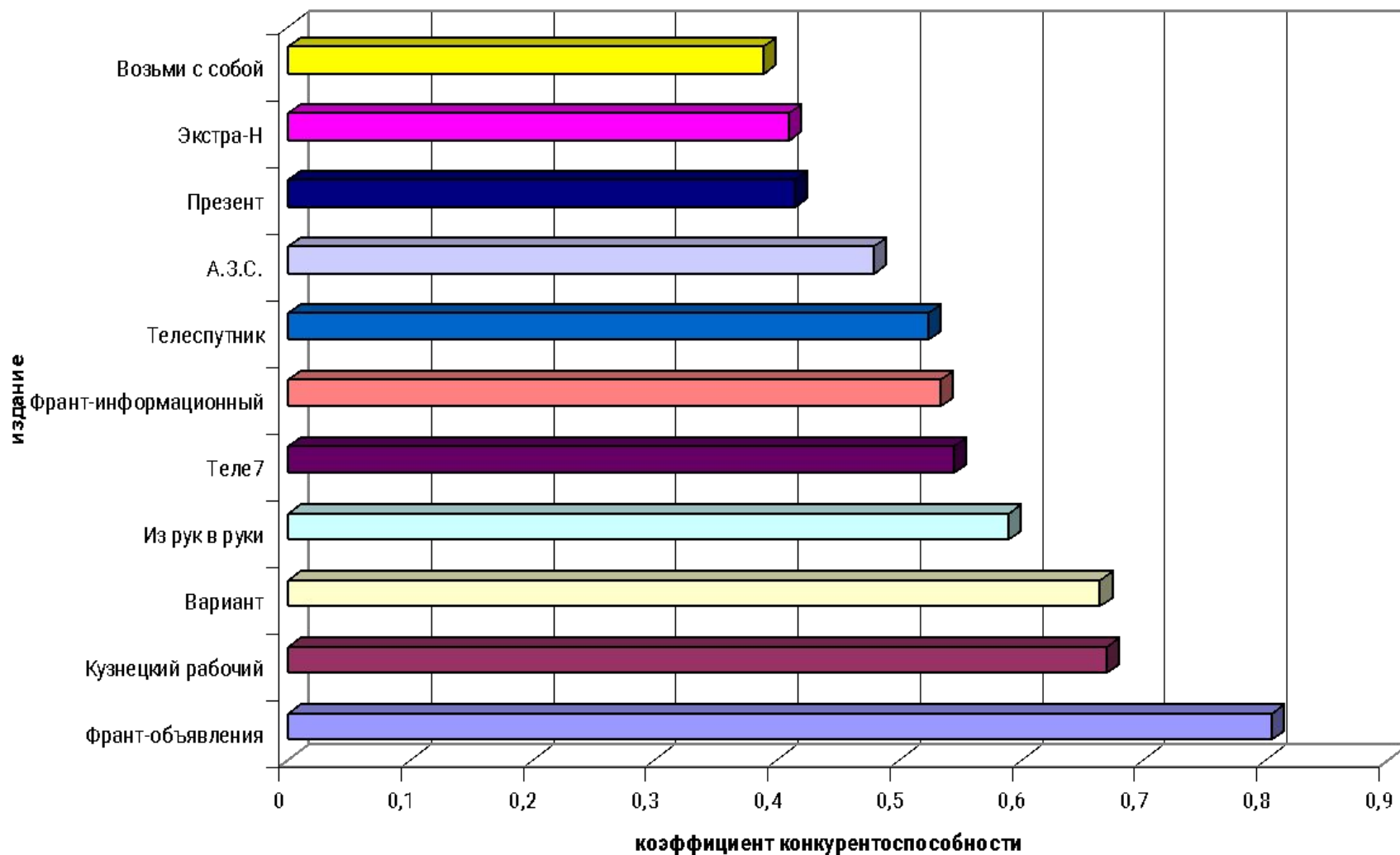


Специализированное издание вакансий «РАБОТА СЕГОДНЯ», тираж 4000 экз., на рынке менее 1 года



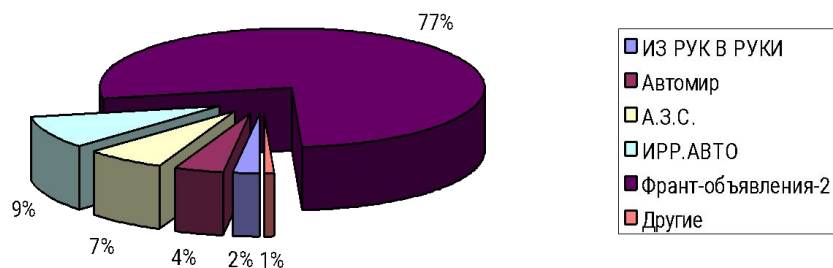
Газета бесплатного распространения, рассчитанная на сегмент b2b, «БИЗНЕС-РЕГИОН», тираж 6000 экз., на рынке г. Новокузнецка 4 года

# Конкурентоспособность изданий

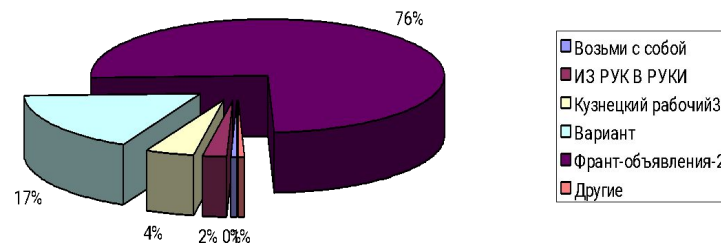


# Анализ конкурентного положения по показателю совокупного недельного дохода

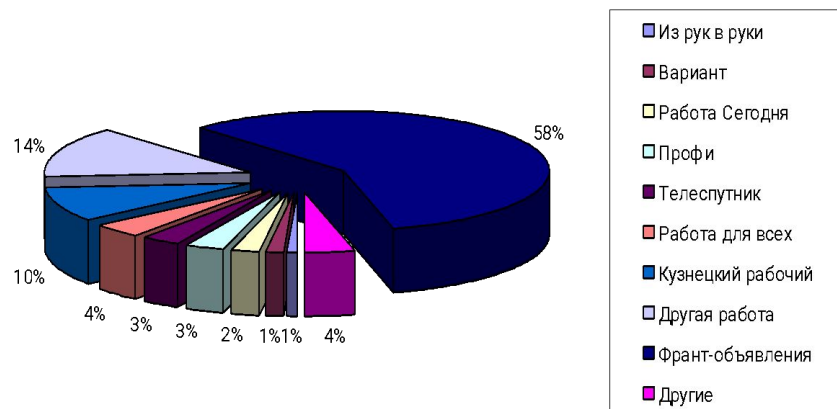
## Сегмент «Средства транспорта»



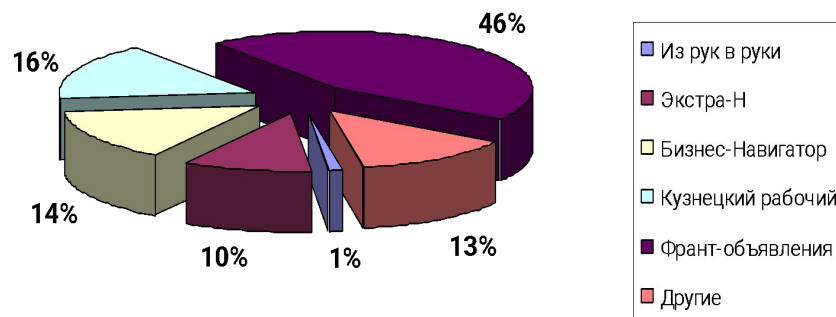
## Сегмент «Недвижимость»



## 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.

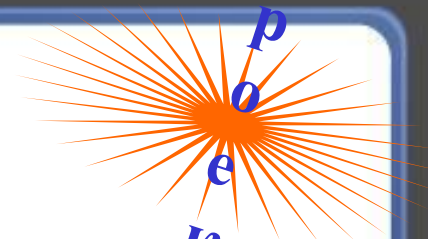
**Ожидаемый результат:**

- ✓ 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».

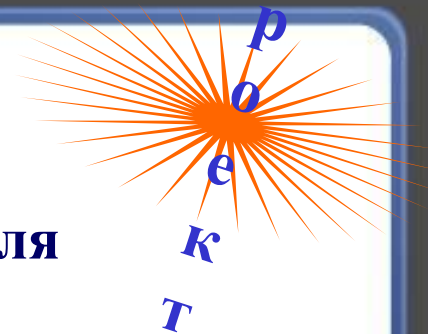
**Затраты:** 9 000 руб.

**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»).**

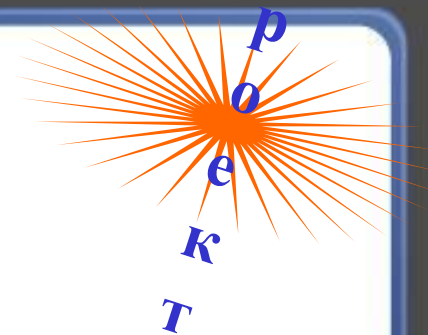
**Затраты:** 0 руб.

**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>
<b>1 этап. Подготовка базы</b>			
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
<b>2 этап. Проведение «обзвона»</b>			
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
<b>1 этап. Подготовка к акции</b>		
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
<b>2 этап. Проведение акции</b>		
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
<b>3 этап. Подведение итогов, оценка эффективности</b>		
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)	<b>0,8</b>
Внутренняя норма доходности (ВНД) (%)	<b>34</b>
Индекс доходности (ИД)	<b>7,6</b>
Чистый дисконтированный доход, тыс. руб.	<b>2 578</b>
Рассчитано на период (лет)	<b>1,5</b>

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**