



Рекламная акция «МАСЛЕНИЦА»

Заказчик: ОАО «МЕЛЬКОМБИНАТ»

Время проведения: февраль-март 2005 г

Разработка и исполнение: РС «GOODWILL»

170002, г.Тверь, пр-т
Чайковского, 23
т./ф. (4822) 34-67-18, т. 47-55-35
e-mail: rsgoodwill@tvcom.ru

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



Цели проведения акции:

- Напомнить потребителям о необходимости приобретать муку регулярно.
- Повысить лояльность потребителей муки ОАО «Мелькомбинат».
- Переключить потребителей муки конкурирующих марок муки на продукцию ОАО «Мелькомбинат».
- Стимулировать потребителей совершить дополнительную покупку.

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



Целевая аудитория:

- Потребители муки, регулярно ее покупающие.
- Потребители муки конкурирующих марок.
- Потребители муки, готовые совершить дополнительную покупку за поощрение.

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



Сроки проведения акции:

Акция проводилась с 26 февраля по 18 марта 2005 г. в два этапа:

- Промоакция в магазинах города: подарок за покупку муки ОАО «Мелькомбинат» с 26 февраля по 12 марта.

В промоакции были задействованы 15 магазинов и 3 минирынка.

- Программа в Городском саду в праздник «Масленица» 13 марта, площадка возле Масленичного столба.



РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



Программа проведения акции:

1. Промоакция в магазинах. С 26 февраля по 12 марта в магазинах города проводилась акция «подарок за покупку»: за два любых пакета муки ОАО «Мелькомбинат выдавался подарок – фирменная ручка и блокнот для записей с рецептами. Участникам акции, заполнившим специальную анкету, выдавался купон на розыгрыш главного приза акции.



2. Промоакция на минирынках. С 26 февраля по 12 марта на минирынках города проводилась акция «подарок за покупку»: за один купленный пакет муки ОАО «Мелькомбинат выдавалась фирменная ручка или блокнот, при покупке двух пакетов муки – еще и купон на розыгрыш главного приза акции.



РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



Программа проведения акции:

3. Игровая программа «Масленица». 13 марта в Горсаду, в рамках общегородских народных гуляний была организована площадка ОАО «Мелькомбинат». На площадке выступали известные тверские исполнители, ряженые проводили конкурсы для взрослых и детей. В это же время проводился розыгрыш главного приза акции – микроволновой печи и других поощрительных призов. Продолжительность программы – 4,5 часа: с 12.00 до 16.30 часов.



РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



Программа проведения акции:

4. Организация конкурсов с фирменными призами на дополнительных площадках у КРЦ «Тверь» и ДК «Пролетарка».

Сварочная проволока
г. Тверь, пр-т 50 лет Октября, 36.
Тел./факс: 49-31-03, 49-32-91,
тел.: 42-82-34, 42-82-35.

**ДЕТСКАЯ И
ОФИСНАЯ МЕБЕЛЬ**
ул. С. Перовской д. 10/32,
т. : (0822) 34-78-34, 34-78-38

13 марта
в Городском саду

Праздник веселый, озорной!

**молодецкие забавы
и потешки!**

конкурсы,
розыгрыши,
угощения!!!

Выбери муку
для
любимых
блюдов

Ждем Вас у Масленичного столба!

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



Программа проведения акции:

- С 14 по 18 марта в тверских СМИ были опубликованы отчетно - информационные материалы о проведенной акции ОАО «Мелькомбинат».
- После проведения акции на тверских телеканалах вышли в эфир новостные сюжеты.



РЕКЛАМНАЯ ПАУЗА

ЛУЧШИЕ
ТЕЛЕВИД СТРАНЫ
ТОЛСЕМЬ

**И БЛИНЫ ВКУСНЕЕ
И ПРАЗДНИК ВЕСЕЛЕЕ!!!**

Мелькомбинат

Масленица, пожалуй, как и в старину, остается самым веселым праздником. Тверь тоже не обойдется без Масленицы, а значит, не обойдется и без блинов. Какие блины испечь—у каждой хозяйки свои рецепты и секреты. Главное, чтобы блины получились пышными да румяными.

Откроем маленький секрет: используйте муку от единственного мукомольного комплекса Тверской области ОАО «Мелькомбинат». Мука Тверского Мелькомбината быстро растворяется, тесто получается без комочков, блины ровные и румяные.

Подготовиться к Масленице с удовольствием поможет традиционная акция «Масленичная неделя»: при покупке двух пакетов любого вида муки Тверского Мелькомбината вы получаете подарок—фирменный блокнотик, куда сможете записать любимые кулинарные рецепты, и ручку.

Некоторые рецепты старинной русской кухни предлагаем записать уже сейчас:

Блины по-княжески. 2/3 стакана сливочного масла, 8 яиц, 4 ст. ложки сахара, 1,5—2 стакана пшеничной муки, цедра 1 лимона, 1 стакан сливок, соль. Растопленное масло растереть на холодо до бела, вмешать в застывшее масло сырое яйцо, сахар, тертую цедру лимона, муку и соль. Развести массу сливками, осторожно вмешать взбитые в пену белки и начинять печь блины.

Блины манные. Для опары: 1,5 стакана манной крупы, 1 стакан пшеничной муки, 2 ст. ложки дрожжей, 2-3 стакана молока. Для теста: 2 яйца, 1 ст. ложка сливочного масла, 1-2 ст. ложки сахара, соль. Манную крупу заварить кипятком до густоты каши и выдержать под крышкой до теплоты парного молока, вмешать разведенные теплым молоком дрожжи, муку, вмешать до консистенции жидкой сметаны и дать подняться. Добавить сырые яйца, растопленное масло, сахар, посолить, дать еще раз подняться и выпекать блины.

Угощайтесь!
Надеемся, что раз попробовав изделия из муки Тверского Мелькомбината, вы оцените ее по достоинству и станете истинными почитателями нашей тверской продукции!

дет актер

е пока выи съем-
ктеры чуть ли не
зарме. Мы дополь-
д освоились и ско-

4242070

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»

Информационная поддержка:

- Пресса: газеты
«Телесемь», «Комсомольская правда – Тверь».
- Телеканалы:
«Пилот», «Тверской проспект», «СТС».
- Постеры в маршрутных такси города – 110 машин.

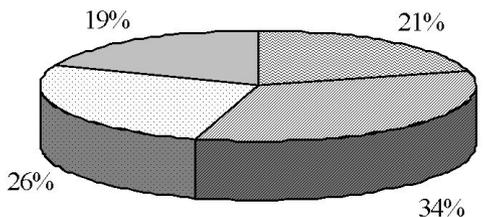


РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»

За время проведения акции в ней приняли участие 732 человека.

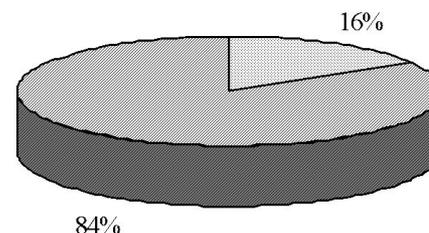
- В ходе проведения акции проводилось анкетирование покупателей. Было опрошено 329 человек. По результатам анализа опроса в акции приняло участие 84% женщин и 16% мужчин (диаграмма 1).

диаграмма 2. Возрастная структура участников акции.



■ 20-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55 и старше

диаграмма 1. Структура участников акции по полу.



■ мужчины ■ женщины

- Преимущественно, это люди среднего возраста – 34% в возрасте 35 – 44 лет, 26% - 45 – 54 лет. (диаграмма 2).

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



Информационный охват аудитории за время проведения акции:

- **Пресса:**

газета «Телесемь» - совокупная аудитория не менее 134 000 человек;

газета «Комсомольская правда – Тверь» - совокупная аудитория не менее 120 000 человек.

- **Телевидение:**

телеканал «СТС» - совокупная аудитория не менее 200 000 человек;

телеканал «Тверской проспект» - совокупная аудитория не менее 100 000 человек;

телеканал «Пилот» - совокупная аудитория не менее 100 000 человек.

- **Размещение постеров в маршрутных такси** - совокупная аудитория не менее 400 000 человек.

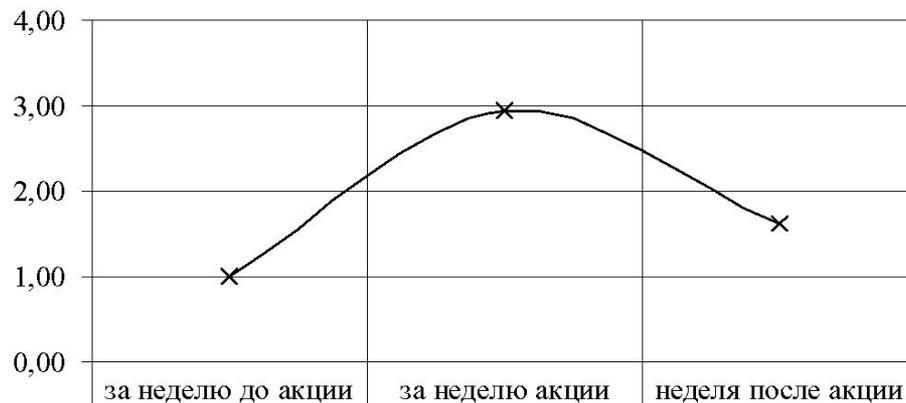
РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



Для анализа эффективности акции в магазинах были произведены замеры покупательской активности. Для сравнения были приняты суммарные значения количества покупок за три дня: за неделю до акции, во время акции, через неделю после проведения акции.

В ходе анализа были выявлены положительные тенденции роста покупательской активности во всех точках проведения акции (диаграмма 3).

диаграмма 3. Динамика количества покупок при проведении рекламной акции.



Количество покупок

1,00

2,93

1,61

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



- На диаграмме 3 мы видим, что через неделю после проведения акции уровень покупательской активности значительно превышает (в 1,61 раза) показатель до проведения акции, что, бесспорно, является красноречивым подтверждением положительного эффекта рекламной акции.
- В среднем по всем магазинам продажи за время проведения акции увеличились в 3 раза, количество пакетов муки, проданных во время проведения акции на минирынках увеличилось с 15 – 20 пакетов в день до 50 – 65.
- По результатам опроса, проведенного в торговых точках после завершения акции, 87,6% опрошенных представителей целевой аудитории как минимум слышали или читали о праздничной рекламной акции «МАСЛЕНИЦА», проводимой ОАО «Мелькомбинат», что свидетельствует о достаточно высоком информационном охвате задействованных рекламных средств.

РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ «МАСЛЕНИЦА»



В качестве резюме, отметим, что результаты проведенной акции свидетельствуют о том, что регулярное проявление рекламной активности ОАО «Мелькомбинат» приведет к значительному увеличению продаж фасованной муки, повышению лояльности существующих потребителей муки и переключению потребителей конкурирующих марок на потребление муки ОАО «Мелькомбинат».

МЕЛЬКОМБИНАТ
ИЗГОТОВИТЕЛЬ ПРОДУКТОВ ПИЩЕВОГО НАЗНАЧЕНИЯ
ОСНОВАН В 1926 ГОДУ

**ВЫБЕРИ
МУКУ для
ЛЮБИМЫХ
БЛЮД!**

экстра
хлебопекарная
сдобная
кондитерская
кулинарная
оздоровительная
ржаная

**ЭКСТРА
МУКА**
Пшеничная
Высший сорт
2 кг

**СДОБНАЯ
МУКА**
Пшеничная
Высший сорт
2 кг