



ОСЕННИЙ МАРАФОН-2012

Презентация акции

ООО «Проект-Север»



Содержание проекта:

1. Параметры программы
2. Презентация акции «Осенний марафон» (описание механики)
3. Содержание
4. Этапы реализации маркетинговой программы



Параметры программы

Период проведения: 15 сентября 2012 – 15 ноября 2012 г.

Цели программы:

- 1) повышение общего объёма продаж
- 2) повышение лояльности клиентов к акционным торговым маркам

Участники программы: ключевые клиенты ООО «Проект - Север»



Презентация акции «Осенний марафон» (описание механики)

В акции принимают участие ключевые клиенты ООО «Проект-Север».

По среднемесячной выборке, продукции ТМ участвующих в акции, клиенты делятся на категории:

Категория «А»

Категория «В»

Категория «С»

Механика акции:

Каждому клиенту участвующему в акции лично вручается презентор, где указывается показатель выборки и индивидуальный «код»

клиента, согласно которому будет предоставляться информация по приросту выборки (данная информация будет предоставляться через ТП и отображаться на сайте компании www.проект-север.рф).



Презентация акции «Осенний марафон» (описание механики)

Победители акции выбираются из клиентов, показавших наибольший процент роста в своей категории. Чем больше процент прироста к среднемесячному показателю 2012 г., тем больше вероятность войти в группу победителей по категориям А, В или С.

По проценту прироста среди клиентов выбираются победители:

1. Категория «А» - 5 клиентов показавших наилучший результат
2. Категория «В» - 10 клиентов показавших меньший результат группы «А»
3. Категория «С» - 15 клиентов показавших меньший результат группы «В»

Итого 30 клиентов участвуют в финальном розыгрыше призов.



Презентация акции «Осенний марафон» (описание механики)

Для проведения розыгрыша, в одном из клубов г. Мурманска организовывается культурно-развлекательное мероприятие.

Распределение призов осуществляется между 30 победителями по каждой категории.



Презентация акции «Осенний марафон» (описание механики)

В рамках проведения акции участникам будут рекомендованы варианты наиболее эффективных маркетинговых программ.



Содержание бюджета акции

Все призовые номинации разделяются между категориями клиентов («А», «В» и «С»).

Три главных приза получают победители своих категорий.

Между оставшимися 27 участниками (так же по категориям) распределяются призы «техника и подарочные сертификаты».



Этапы реализации программы

1. Формирование отчетных данных по среднемесячной выборке за 2012 г. на каждого клиента.
2. Отбор клиентов, удовлетворяющих условиям программы.
3. Распределение клиентов по категориям «А», «В» и «С».
4. Оформление и печать «презенторов» акции, внесение в них данных по выборке за 2012 г. и индивидуальных кодов клиентов (отдельно для каждого клиента).
5. Предоставление информации по выборке клиентов за 2012 г. торговым представителям.
6. Донесение информации о проводимой акции до клиентов торговыми представителями и супервайзерами.
7. Контроль за отгрузками клиентов со стороны торговых представителей, сотрудниками отдела продаж и маркетинга.
8. Предоставление промежуточных данных по акционным отгрузкам клиентов. Клиентам предоставляется промежуточный прирост выборки за время акции. Данные отображаются так же на сайте компании (в форме: код клиента – его прирост за время акции)



Этапы реализации программы

9. Период предоставления промежуточных данных: каждый понедельник
10. Период предоставления итоговых данных: 19 ноября 2012 г.
11. На основании итогового отчета клиенты (участники акции) распределяются по категориям («А», «В» и «С»).
12. На основании итогового отчета 30 клиентов (участники акции), показавших наибольший прирост выборки (руб.) за период акции, принимают участие в розыгрыше призов.
13. Распределение призов (по категориям) проводится посредством розыгрыша между 30 победившими клиентами.
14. Для проведения розыгрыша в одном из клубов г. Мурманска организовывается культурно-развлекательное мероприятие.



Фотографии акции «Осенний марафон - 2011»

