



# 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](http://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»

