

Дипломный проект Рябиги О.С
Группа Ркд 5.1

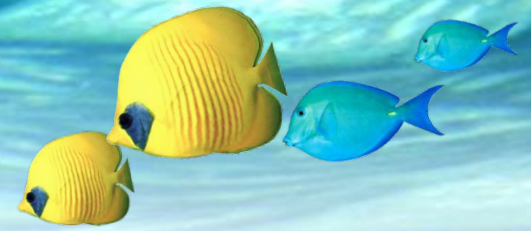
2011



**Разработка рекламных мероприятий по
продвижению компании «Горячие туры» в
социальных сетях**

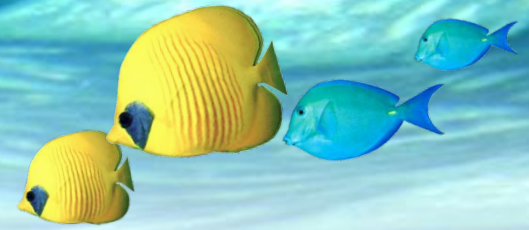


Цель работы:



- ◆ **Разработать рекламные мероприятия по продвижению компании «Горячие туры» в социальных сетях.**

Задачи проекта:



1

Проведение анализа состояния рынка туристических услуг в России

2

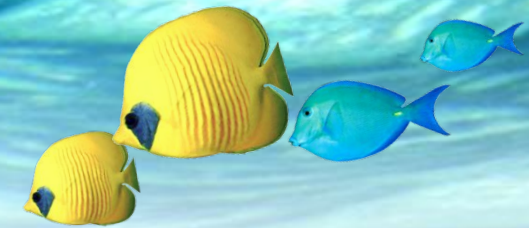
Дать определение общих понятий о рекламе индустрии туризма

3

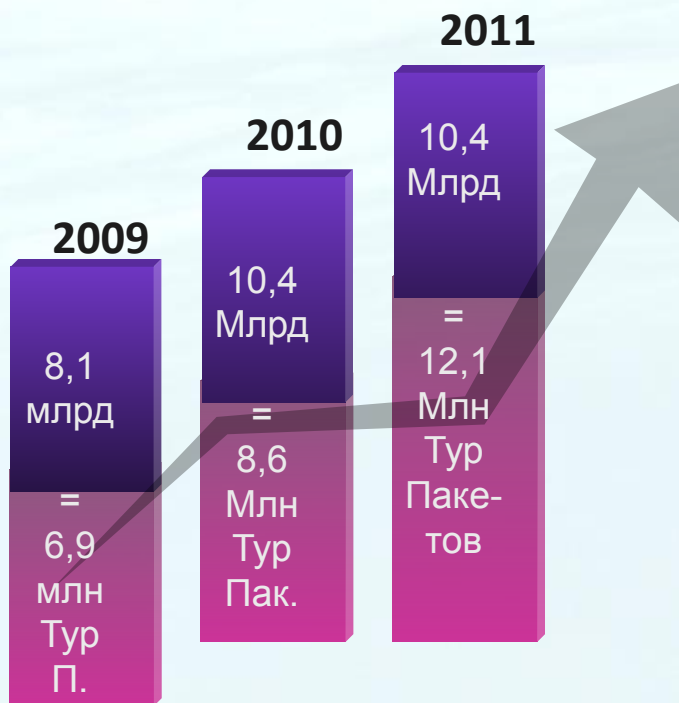
Провести анализ деятельности туристического агентства «Горячие туры»

Разработать план рекламных мероприятий в соц. медиа для привлечения внимания аудитории к площадкам туристическое агентство «Горячие туры»

Анализ рынка туристических услуг в России

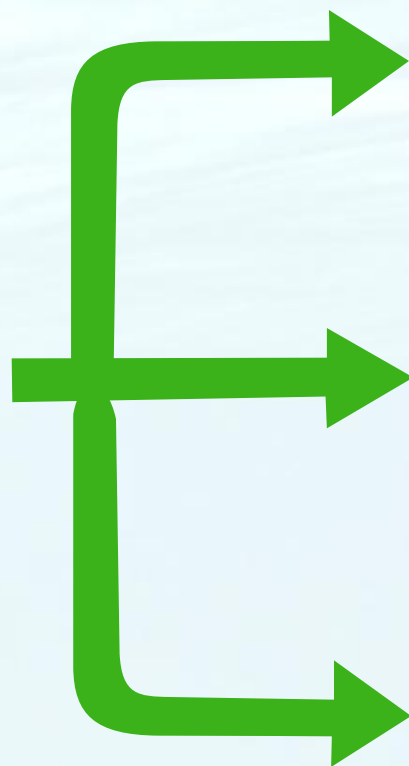
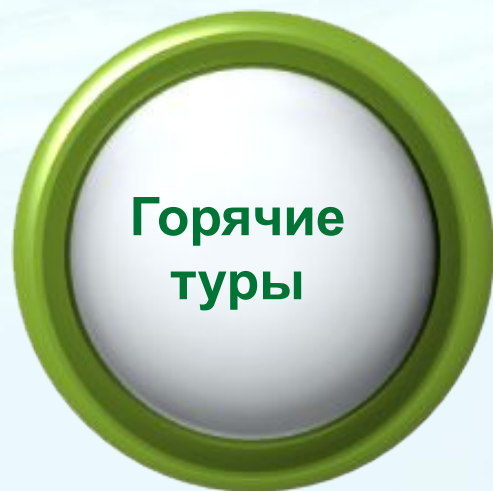
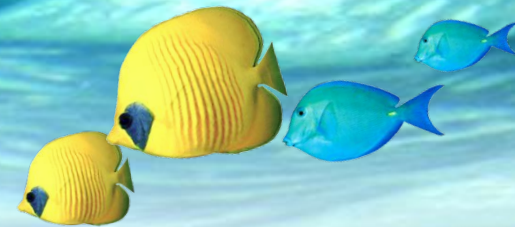


Title



В предстоящем 2011 году российский туристический рынок ожидает увеличение популярности продаж через Интернет и рост доли самостоятельных бронирований.

Продукция

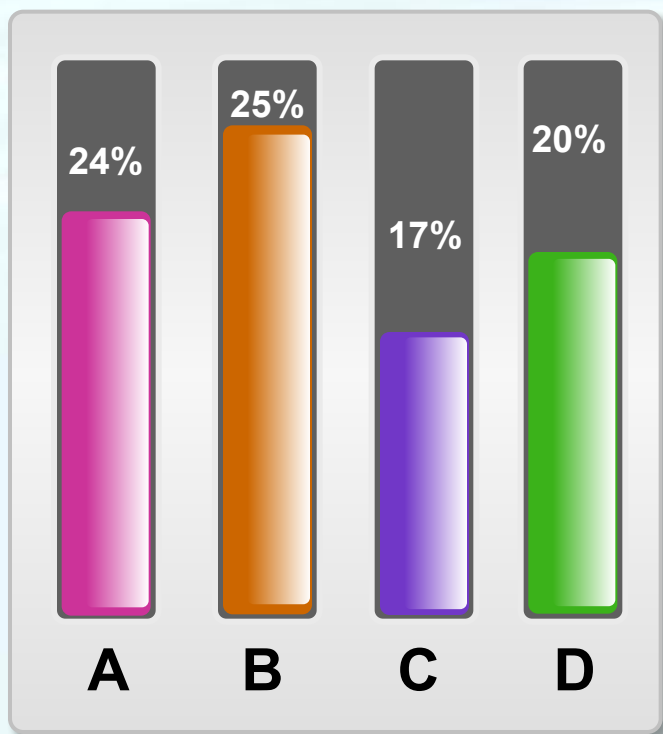
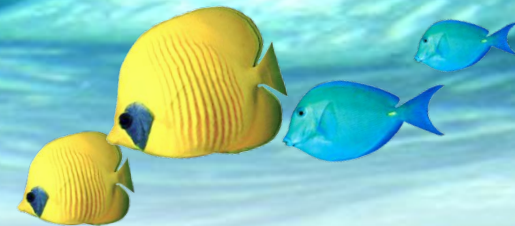


Горящие
путевки

Стандартны
е
туры

Индивидуаль-
ные туры

Конкуренты:



A. Горячие туры



B. Магазин Горящих путевок

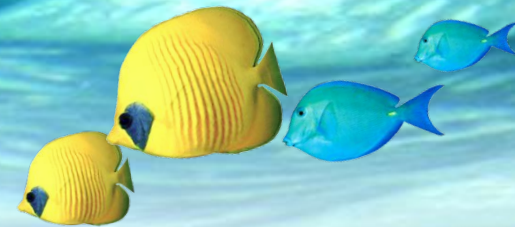


C. Солнечный апельсин

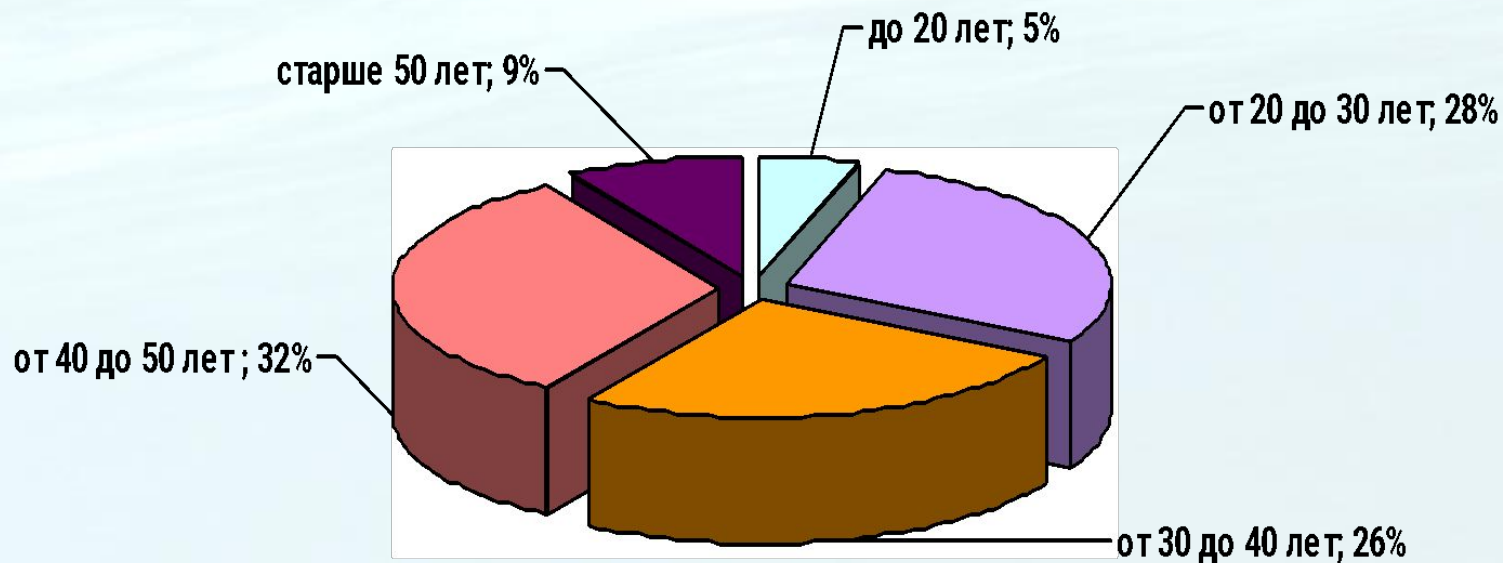


D. Нева

Фактическая аудитория



Возраст покупателей услуг ООО «Горячие туры».





Покупатели по уровню ДОХОДОВ

Имеют небольшие доходы:
5%

Имеют средние доходы:
26%

Имеют высокие доходы:
69%

Целевая аудитория

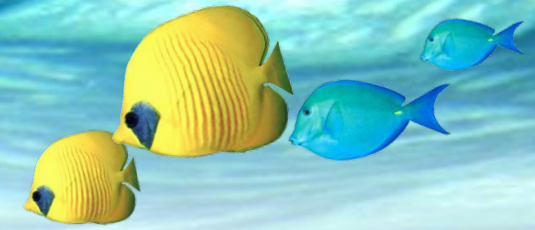


The background of the slide is an underwater scene with clear blue water, bubbles of various sizes, and several colorful fish, including yellow and blue ones, swimming in the upper right corner.

Программа для социальных медиа



Первоначальные задачи



**1. Формирование сообщества
лояльных потребителей**

2. Повышение узнаваемости Бренда

**3. Объединение и систематизация
продвижения франчайзинга в соц.
медиа**



Архитектура Бренд-платформы в соц.медиа



52 000 000 человек
18- 35 лет
Люди с активной жизненной
позицией
Всероссийский охват



350 000 человек (Россия)
20- 45 лет
Средний и высший менеджмент
Журналисты
Москва, Санкт-Петербург,
города миллионники

«Вслед за
солнцем»

ГОРЯЧИЕ ТУРЫ
С 2011 года

1 200 000 человек (Россия)
25- 45 лет
Средний и высший менеджмент
Журналисты
Москва, Санкт-Петербург,
города миллионники



Вспомогательный
сервис



Стратегия SMM

Акцент на

- Открытость бренда
- Качественные услуги за разумные деньги
- Один из лидеров туристического рынка

Главные составляющие:

- Точки концентрации существующих и потенциальных клиентов =
Сообщества в социальных сетях [Vkontakte.ru](https://www.vkontakte.ru), [Facebook.com](https://www.facebook.com),
[Twitter.com](https://www.twitter.com)
- Вовлекающие события, Яркие конкурсы



Концепция Бренд-платформы в соц. медиа

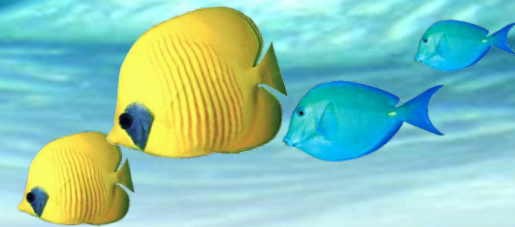
Объединяющая тема: Собирай горячие впечатления!

Контент и Активность:

- 30% Брендированный
 - Акции
 - Конкурсы
 - Консультации, советы
 - Ответы на вопросы...
- 35% Функциональный
 - Страны с безвизовым въездом
 - Отзывы по отелям и курортам
 - Советы от клиентов «Горячих туров»...
- 35% Эмоциональный
 - Юмор
 - Мини-конкурсы (присылайте смешные видео и фото)
 - Народная журналистика...

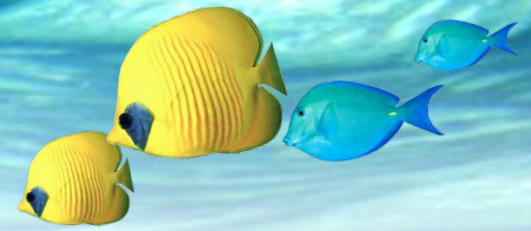


Концепция Super Activity



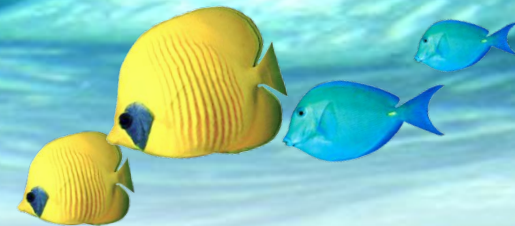
Приоритетной целью рекламной кампании является привлечение внимание представителей целевой аудитории к площадкам компании в социальных медиа.

Конкурс «Отдых мечты»



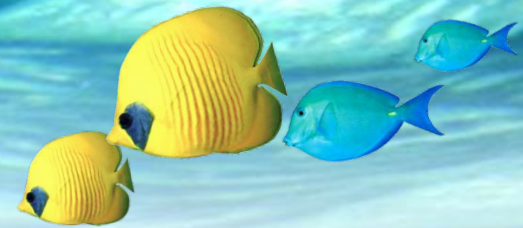
Описание: Сны о дальних берегах не дают Вам покоя? Вы все чаще представляете, как нежитесь на золотистом песке райского пляжа? Или спускаетесь в каноэ по бушующей горной реке? Компания «Горячие туры» дает вам шанс исполнить мечту! Опишите место, в котором хотите побывать, и выиграйте приз – путешествие в страну Ваших грез! Всех финалистов ждут замечательные призы от компании «Горячие туры»! С 20 октября по 25 ноября мы ждем ваши рассказы на адрес konkurs@hott.ru. Желаем удачи!

Механика конкурса:



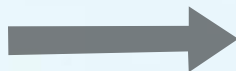
- ❖ 20 октября – 25 ноября – прием работ на конкурс
- ❖ 25 – 28 ноября – отбор десяти лучших работ
- ❖ 28 ноября - 2 декабря – пользовательское голосование
- ❖ 3 декабря – объявление победителей, вручение призов
- ❖ 6 декабря – создание альбома с фотографиями победителей, получивших отличные призы.

Каналы распространения рекламных сообщений



Вирусный
посев

Прямая
реклама

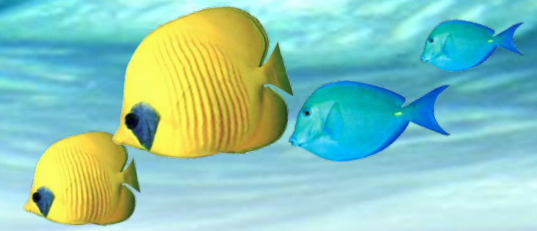


Топовые блоги

Тематические группы в
Контакте

Популярные ресурсы

Каналы распространения рекламных сообщений



Прямая
реклама

Вирусный
посев

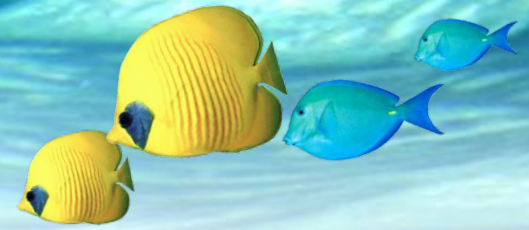


«Приоловные»

«О путешествиях»

«Развлекательные»

Оценка эффективности

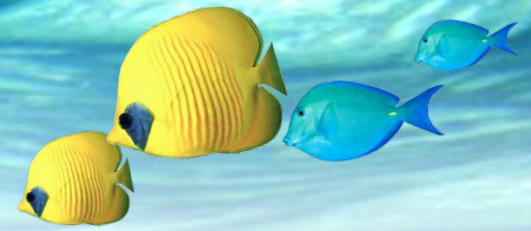


Исходя из целей рекламной кампании, можно сказать, что важно спрогнозировать именно коммуникативную эффективность проводимых мероприятий.

В социальных сетях коммуникативная эффективность (SMA) определяется по формуле:

**SMA = активность реальных пользователей /
n пользователей, контактировавших с рс * 100%**

Выводы:



Запланированные мероприятия существенно повысят объем аудитории площадок компании «Горячие туры» в социальных медиа и сформируют в сознании потребителей новый позитивный образ бренда.



Thank You!