

**ФБГОУ ВО «РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)»
ФАКУЛЬТЕТ ТОРГОВОГО ДЕЛА
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ**

КУРСОВАЯ РАБОТА

Тема: Разработка рекламной кампании и медиапланирование на примере
S7 Airlines

Группа

ТОР-233

Автор работы

Неживова Оксана

Александровна

Руководитель работы к.э.н., доцент

Безпалова Анна Григорьевна

Ростов-на-Дону

2017 г.



Объектом рекламной кампании является авиакомпания «S7 Airlines».

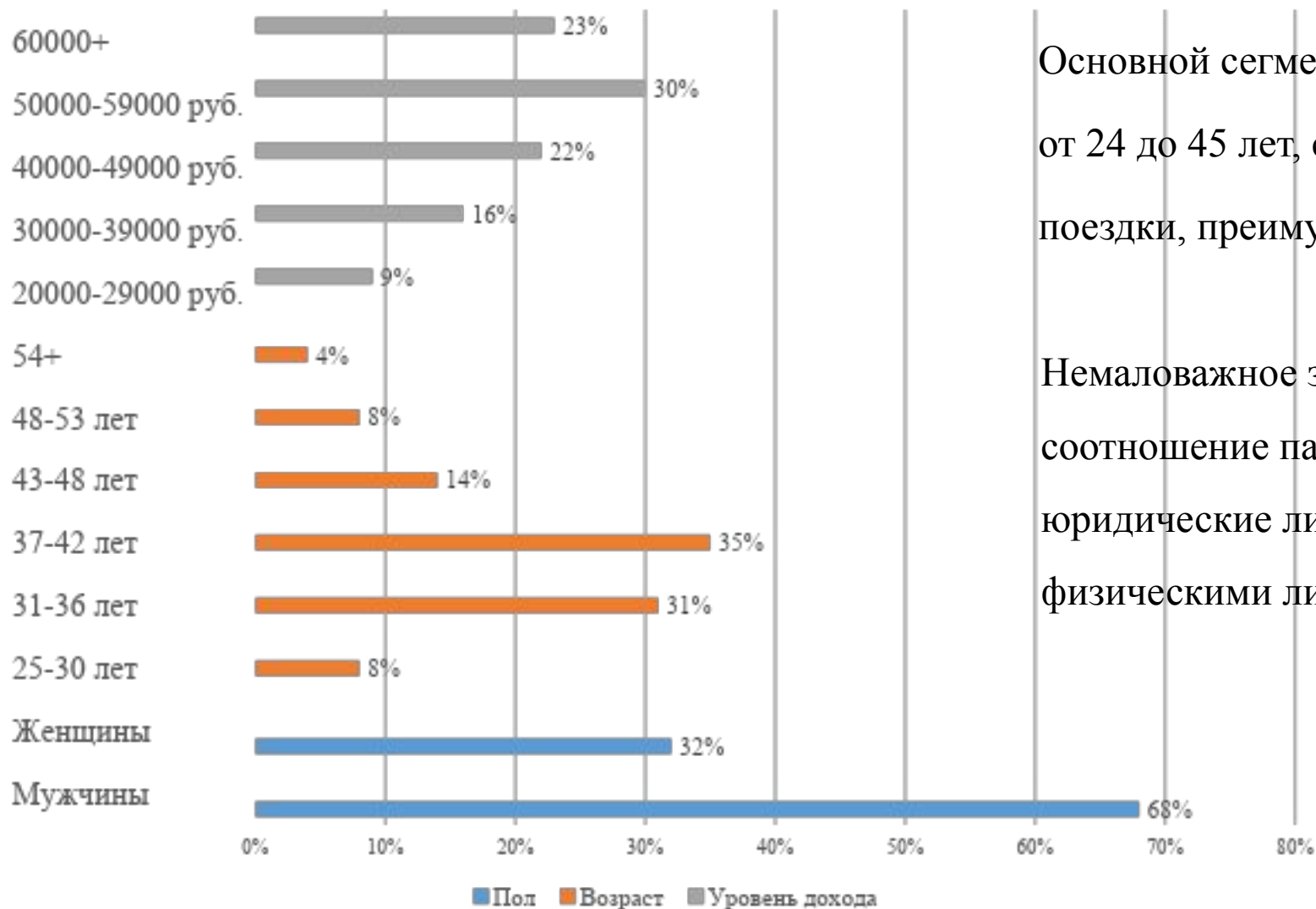
Целью рекламной кампании является привлечение новых клиентов, а также повышение узнаваемости и лояльности у потребителей к бренду «S7 Airlines» в г. Ростове-на-Дону.

Основные задачи:

- информирование целевой аудитории об услугах, предоставляемых «S7 Airlines»;
- формирование положительного образа «S7 Airlines» у целевой аудитории в г. Ростове-на-Дону;
- повышение узнаваемости бренда «S7 Airlines» в г. Ростове-на-Дону.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

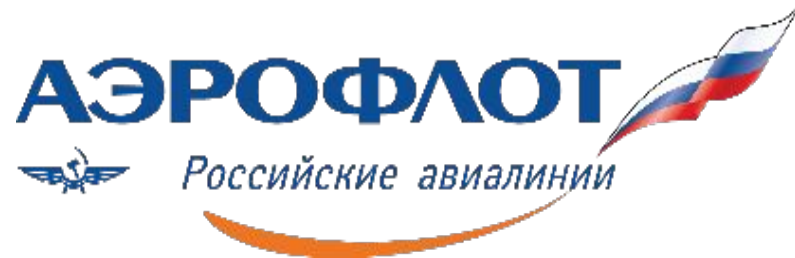


Основной сегмент ЦА – это мужчины и женщины от 24 до 45 лет, совершающие деловые и личные поездки, преимущественно граждане России и СНГ.

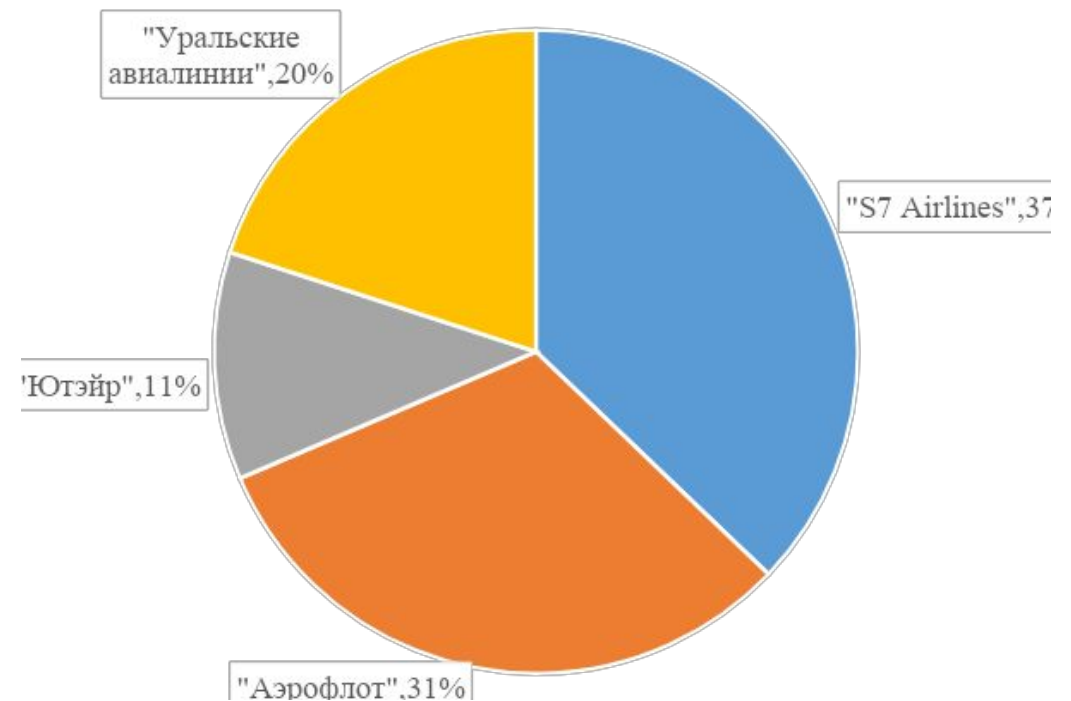
Немаловажное значение для авиаперевозок имеет соотношение пассажиров, представляющих юридические лица, и пассажиров, являющихся физическими лицами (74% и 26%).

КОНКУРЕНТЫ

Основные конкуренты «S7 Airlines»:



В сравнении с конкурентами, авиакомпания «S7 Airlines» имеет наибольшую рекламную активность (37%).



АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ И РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - отлаженная организационная структура - наличие отдела маркетинга - активная маркетинговая деятельность - опыт и узнаваемость на рынке 	<ul style="list-style-type: none"> - сложность разработки уникальных предложений из-за специфичности предлагаемых услуг
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - предложение новых уникальных услуг, выделяющих компанию на фоне конкурентов 	<ul style="list-style-type: none"> - нестабильная экономическая ситуация

SWOT-анализ маркетинговой деятельности «S7 Airlines»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - активность в digital-коммуникациях - планирование рекламной деятельности - высокая рекламная активность 	<ul style="list-style-type: none"> - ограниченны бюджет рекламной кампании - ограниченный бюджет на продвижение
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - использование инновационной рекламы - повышение креативности рекламных кампаний 	<ul style="list-style-type: none"> - нестабильная экономическая ситуация - высокий уровень конкуренции

SWOT-анализ рекламной деятельности «S7 Airlines»

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ СМИ

СМИ и рекламные коммуникации	Преимущества
Модульная реклама в журнале «Искусство потребления» (тираж 6000 экземпляров, 4-я обложка)	Широкий охват аудитории, лояльное отношение читателей к рекламным материалам, визуализация, качество полиграфии
Текстово-графические объявления контекстной рекламы в поиске Яндекс с помощью сервиса Яндекс. Директ	Возможность воздействия только на ЦА, возможность точного контроля за аналитическими показателями, большая степень воздействия

СМЕТА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Медианоситель	Количество, формат, тираж	Стоимость, руб.
Текстово-графические объявления контекстной рекламы в поиске Яндекс с помощью сервиса Яндекс.Директ	Прогноз запросов: 473084; Позиция в поиске: 1 место (первая позиция под результатами поиска на первой странице или справа от результатов поиска);	15 558,6
Модульная реклама в журнале «Искусство потребления»	Тираж: 6000; Бумага: глянцевая; 1 выход (4-я обложка)	78 000
Итого		99 538,6

Из выделенного бюджета 100000 рублей на рекламную кампанию авиакомпании «S7 Airlines» будет потрачено 99 538,6 рублей.

СХЕМА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ





S7 Airlines
ЗАЙМИТЕСЬ СЧАСТЬЕМ



мир
больше,
чем ты
думаешь...

Ростов - на - Дону
Шолохова 270/1
www.s7.ru



S7 Airlines
ЗАЙМИТЕСЬ СЧАСТЬЕМ



Я путешествую
с S7 Airlines

Ростов - на - Дону
Шолохова 270/1
www.s7.ru



Airlines

РОСТОВ - НА - ДОНУ
ШОЛОХОВА 270/1
WWW.S7.RU



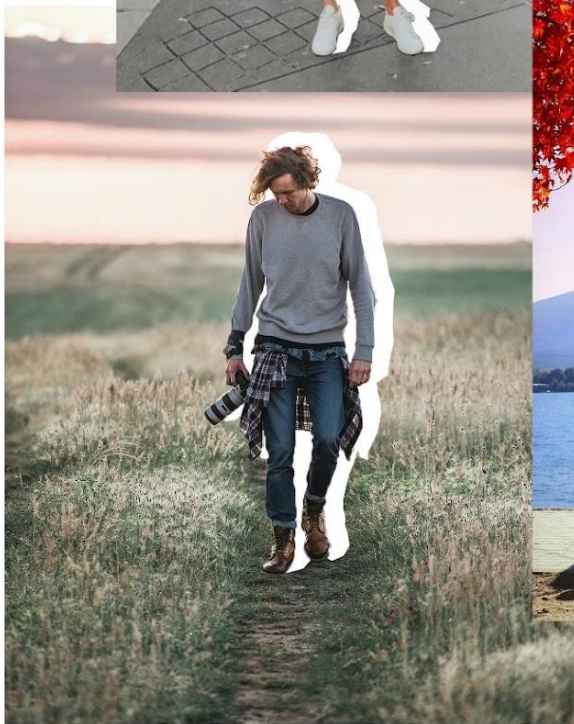
#ЗАЙМИТЕСЬСЧАСТЬЕМ

Для S7 Airlines всегда приоритетом было общение с людьми, мы стремимся, в первую очередь, видеть людей и их индивидуальность. Сегодня в этой статье Дарья Малыгина, Илья Воскресенский, Полина Бржезинская и Александр Лапук рассказали нам, почему они выбирают S7 Airlines.

Илья Воскресенский

27 лет
блоггер, фотограф

«Для меня путешествия – это то, без чего я не представляю свою жизнь. Особенно я люблю невероятные северные пейзажи, вулканы и холодный океан. Первое, что приходит в голову – Исландия. Не могу не наслаждаться мурашками, бегающим по спине от холода, или бесконечно морозящим дождем. Вы думаете, я странный? (смеется) S7 меня порадовали, объявив об открытии прямых рейсов в Рейкьявик. Осталось еще немного налетать миль, потрачу все накопленное и отвезу семью к вулканам»



Дарья Малыгина

27 лет
модель, диджей

«По работе я много летаю. Это всегда большой стресс, даже несмотря на то, что в таком режиме я живу уже больше 10 лет. Поэтому в самолете я хочу отдохнуть, максимально расслабленно провести время и в этом случае для меня S7 – просто идеальный вариант»



Александр Лапук

27 лет
блоггер, креатор

Полина Бржезинская

27 лет
блоггер, фотограф

П: «Мы с Сашей совсем недавно вернулись из ЮАР, а до этого летом путешествовали по пустыням Намибии. Летели совместным рейсом S7».

А: «А до этого были в Грузии, и летели... Ну, вы понимаете, да? Потому что у этой компании проще всего найти рейс с короткой пересадкой и приличной ценой».

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И МЕРОПРИЯТИЕ ВTL-КАМПАНИИ

Целевая аудитория VTL-кампании является массовой, так как привлекает внимание всех совершеннолетних потребителей.



Мероприятия «Каникулы мечты» дарит возможность сотням жителей г. Ростова-на-Дону выиграть приз для двоих и провести новогодние праздники по-особенному, а также получить бонусные мили, которые можно потратить на покупку билета в любое место на планете.

БЮДЖЕТ VTL-КАМПАНИИ

Наименование услуги	Комментарий	Количество	Цена
Аренда площадки в ТРК «Горизонт»	02.12, с 15:00 до 21:00	1	36 000
Аренда площадки для акции в ТЦ «МЕГА»	09.12, с 15:00 до 21:00	1	38 000
Аренда площадки в ТЦ «Золотой Вавилон»	16.12, с 15:00 до 21:00	1	32 000
Аренда площадки для акции в киноцентре «Большой»	23.12, с 15:00 до 21:00	1	35 000
Размещение рекламы на видеоэкране по адресу пр. М. Нагибина 32/2	3 дня: 29.11 – 01.12, 06.12 – 08.12, 13.12 – 15.12, 20.12 – 22.12 Хронометраж ролика – 10 сек. Количество показов в день – 64. Частота трансляций – каждые 15 минут.		16 686
Размещение рекламы на видеоэкране по адресу ул. Красноармейская 224/пр. Кировский			
Размещение рекламы на видеоэкране по адресу ул. Малиновского 17ж			
Оборудование и материалы	Область диаграммы		20 000
Услуги персонала	с 15:00 до 21:00 для четырех площадок проведения акции	3	49 500
Интерьерная наружная реклама (баннерный стенд)		2	9 800

Призовой тур для победителя в ОАЭ	Включает в себя стоимость билетов (туда-обратно) и стоимость проживания в отеле/гостинице	1	99 060
Призовой тур для победителя в Италию	Включает в себя стоимость билетов (туда-обратно) и стоимость проживания в отеле/гостинице	1	99 464
Призовой тур для победителя в Чехию	Включает в себя стоимость билетов (туда-обратно) и стоимость проживания в отеле/гостинице	1	99 024
Призовой тур для победителя в Германию	Включает в себя стоимость билетов (туда-обратно) и стоимость проживания в отеле/гостинице	1	99 117
Всего			633 651

СЦЕНАРИЙ ВТЛ- МЕРОПРИЯТИЯ

	Мероприятие	Сроки проведения	Механика проведения	Место проведения
1	Подготовительный этап	10.11 – 30.11	Закупка необходимого оборудования и материалов	Офис «S7 Airlines»
2	Разработка и производство стиля площадки проведения мероприятия и оригинал макетов рекламной продукции (баннерных стендов – 2 шт.)	15.11 – 30.11	Руководство «S7 Airlines» ставит задачи производственным участникам, маркетологам и дизайнерам, контролирует выполнение работ	Офис «S7 Airlines»
3	Подбор персонала и его обучение	15.11 – 30.11	Маркетолог «S7 Airlines» объясняет выполняемые задачи каждому из членов персонала	Офис «S7 Airlines»
4	Установка материалов и оборудования	За 1,5 часа до начала проведения мероприятия		ТРК «Горизонт», ТЦ «Золотой Вавилон», ТЦ «МЕГА», Киноцентр «Большой»
5	Проведение ВТЛ-мероприятия	15:00 – 21:00 02.12, 09.12, 16.12, 23.12	Консультанты предлагают посетителям ТЦ ответить, как они планируют отмечать Новый год и как, по их мнению, должен выглядеть идеальный праздник. Ответы записываются на видео. Далее участники получают номер участия и случайным образом выбирают название страны, в которую могут выиграть призовой тур на новогодние каникулы. Победитель выбирается случайным образом.	ТРК «Горизонт», ТЦ «Золотой Вавилон», ТЦ «МЕГА», Киноцентр «Большой»

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!