

**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».

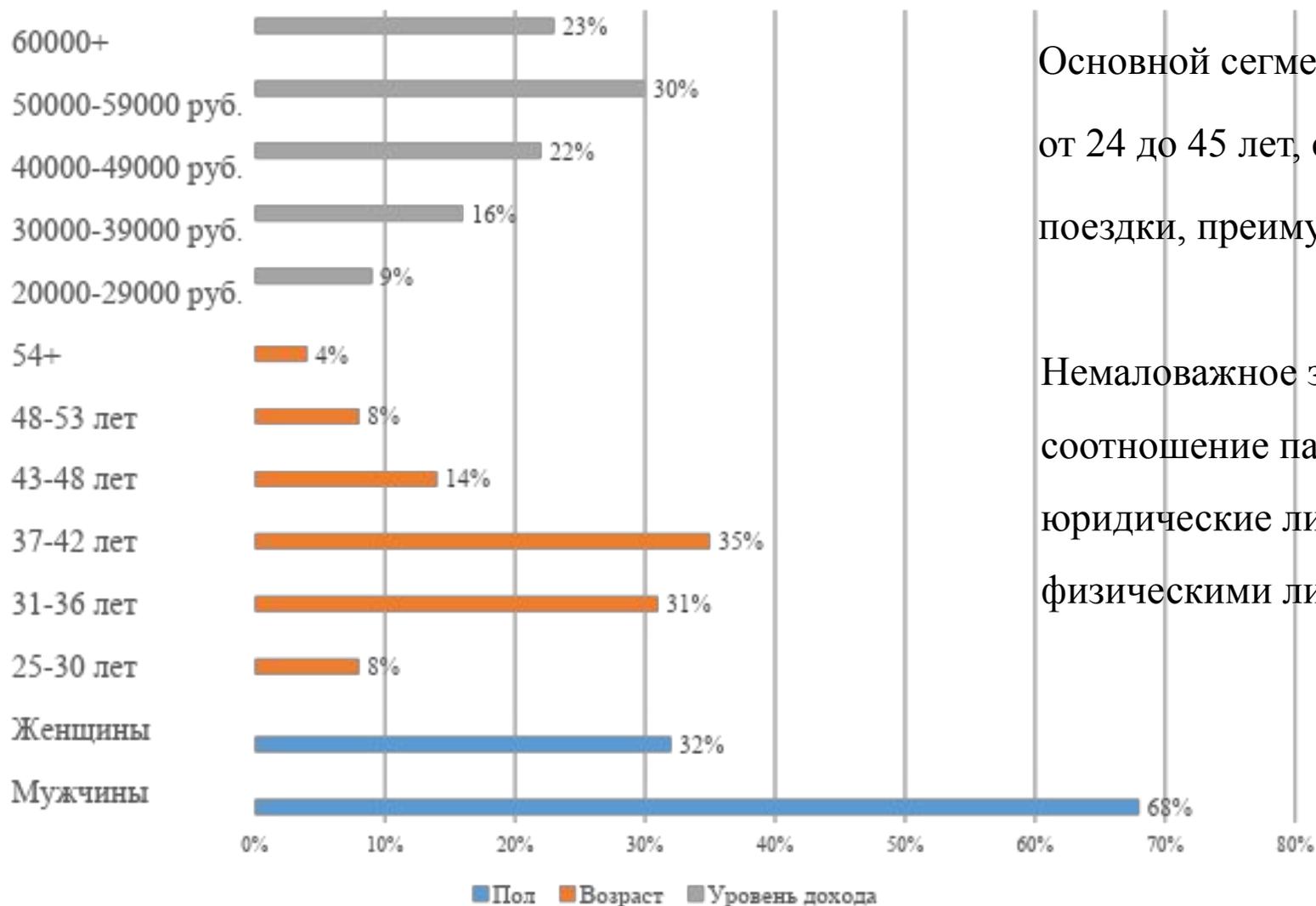
Целью рекламной кампании является привлечение новых клиентов, а также повышение узнаваемости и лояльности у потребителей к бренду «S7 Airlines» в г. Ростове-на-Дону.

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.

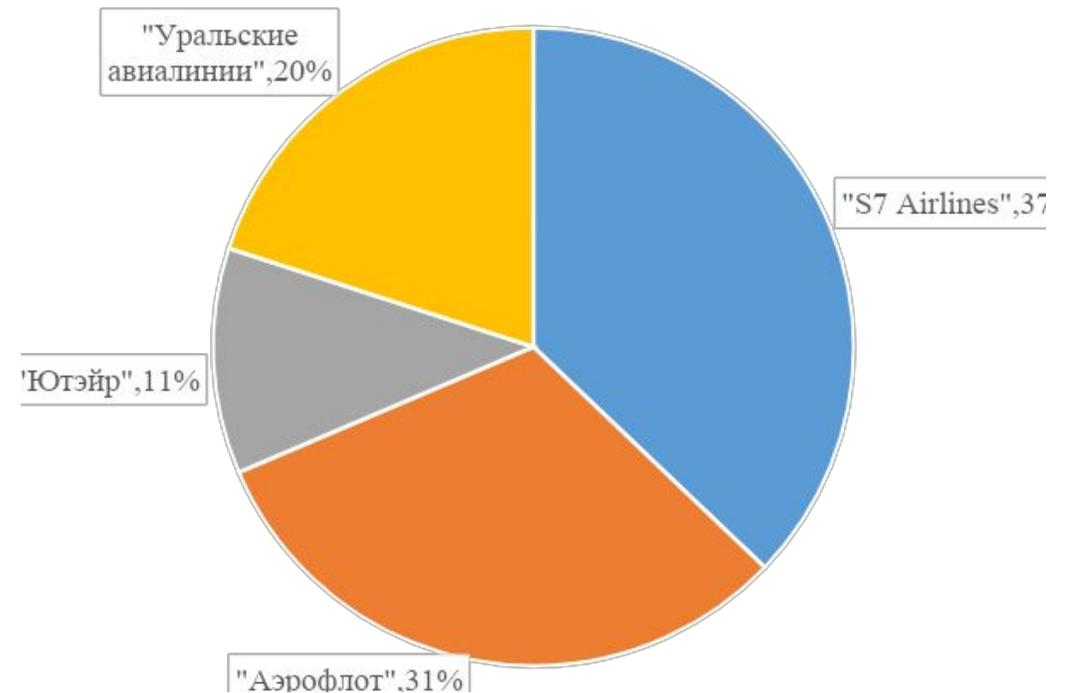
Немаловажное значение для авиаперевозок имеет соотношение пассажиров, представляющих юридические лица, и пассажиров, являющихся физическими лицами (74% и 26%).

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

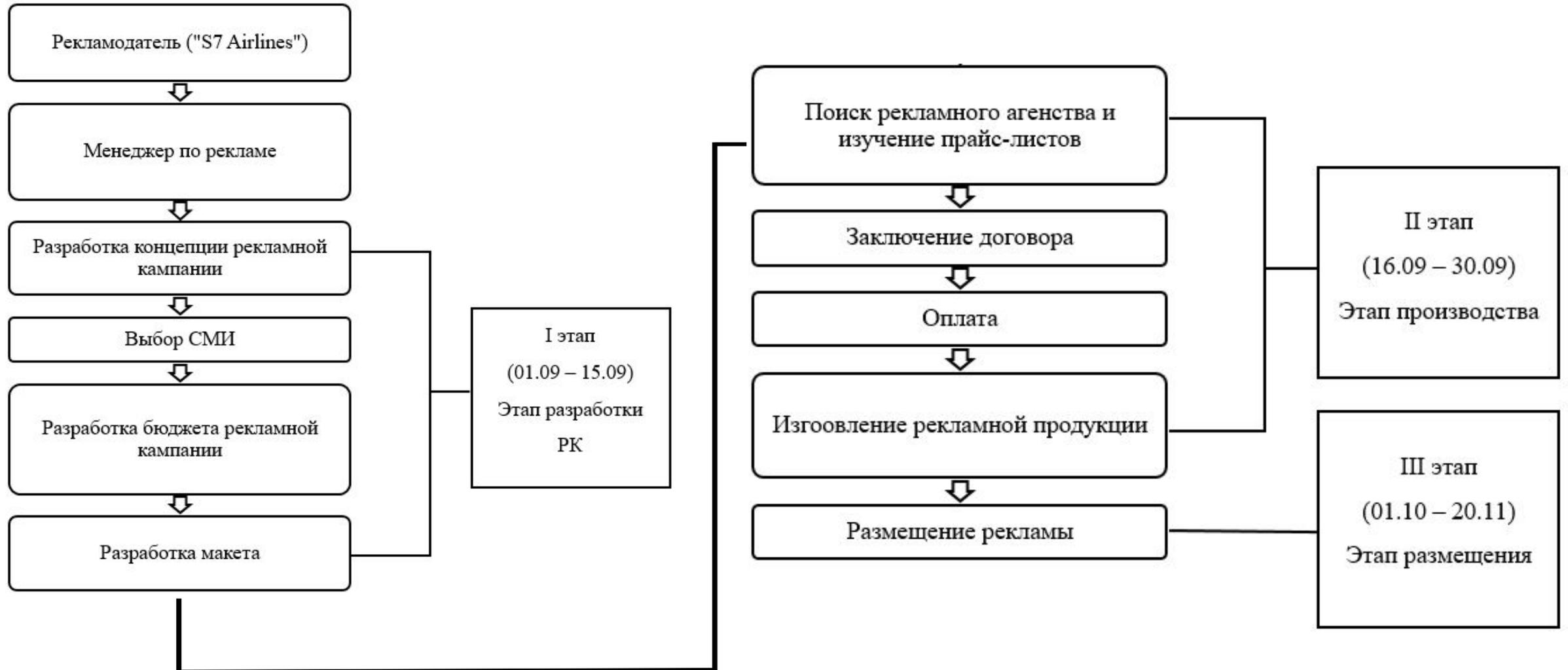
| СМИ и рекламные коммуникации | Преимущества |
|--|--|
| Модульная реклама в журнале «Искусство потребления» (тираж 6000 экземпляров, 4-я обложка) | Широкий охват аудитории, лояльное отношение читателей к рекламным материалам, визуализация, качество полиграфии |
| Текстово-графические объявления контекстной 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



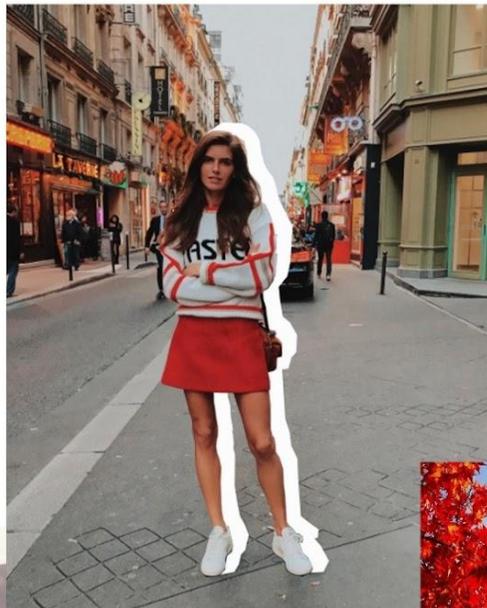
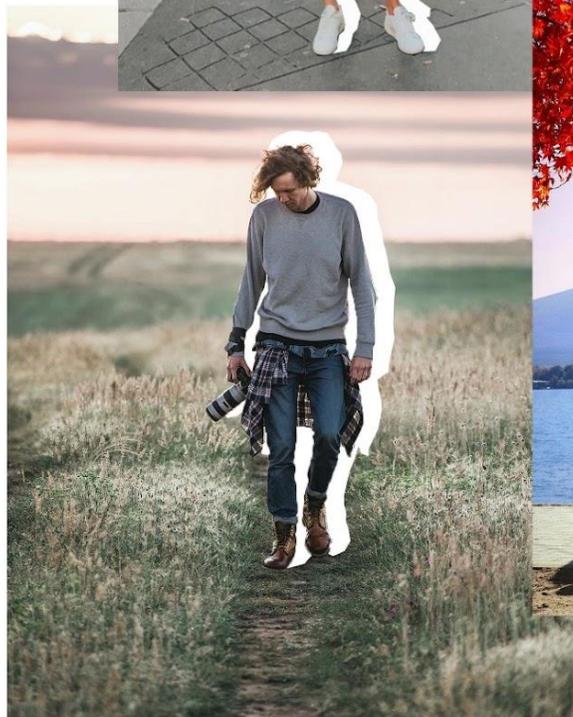
#ЗАЙМИТЕСЬСЧАСТЬЕМ

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!