

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА НА
ТЕМУ:
«ИССЛЕДОВАНИЕ
РЕКЛАМЫ В МЕСТАХ
ПРОДАЖ»**

Выполнил студент группы К-47
Рязанов Кирилл

Актуальность

для любой уважающей себя фирмы необходима рекламная компания, так как реклама в средствах массовой информации способствует развитию массового рынка сбыта товаров и услуг, и, в конечном счете, вложения от рекламы начинают обеспечивать жизнедеятельность газет и журналов, стремящихся охватить как можно большие массы людей. Таким образом, миллионы людей, и даже нация, начинают получать как свежие новости, так и рекламные сообщения.

Цель работы - рассмотреть рекламную деятельность предприятия на примере ООО «Экострой» (магазин «Баумаркет») и предложить мероприятия по ее совершенствованию.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- исследовать роль, сущность и задачи рекламы в деятельности предприятия;
- на основании теоретического анализа изучения проблемы, систематизировать знания о средствах рекламы и их характеристиках;
- рассмотреть сущность и специфику рекламной деятельности ООО «Экострой»;
- систематизировать и обобщить существующие в специальной литературе, научные подходы к данной теме;
- проанализировать эффективность рекламной деятельности и дать рекомендации по её улучшению на примере ООО «Экострой».

Объект исследования - магазин «Баумаркет»

Предмет исследования – исследование
рекламной деятельности в местах продажи
магазина «Баумаркет»



Магазин «Баумаркет»

«Баумаркет» является коммерческой организацией, в качестве основной цели своей деятельности преследует извлечение прибыли при осуществлении не запрещенных действующим законодательством видов деятельности, не противоречащих действующему законодательству и интересам работников.

Данное предприятие учреждено в мае 2011 г., основным учредительным документом является Свидетельство. Юридический адрес предприятия: г. Тамбов, б-р Энтузиастов, 1А.

Магазин создан в целях:

- участие в ускоренном формировании товарного рынка;
- удовлетворения общественных потребностей в его продукции, работах, товарах и услугах.

Виды деятельности:

- реализация строительного-монтажного оборудования;
- реализация стройматериалов;
- электрооборудование.



Основными задачами рекламной службы магазина «Баумаркет» являются

1. информировать покупателей о реализуемых товарах, используя различные медиаканалы: телевидение, пресса, радио, наружная реклама и др.;
2. создание представления о товаропроизводителях это значит информировать покупателей не только о товаре и его характеристиках, но и говорить о месте его производства, фирме - производителе и надежности этой фирмы, то есть, как она зарекомендовала себя на рынке;
3. увеличение числа покупателей за счет усиления рекламы. С увеличением затрат на рекламу и с интенсификацией рекламных компаний и опций число покупателей должно расти, увеличиваться товароборот предприятия и установление крупных связей с покупателями, без этого проводимые рекламные мероприятия теряют всякий смысл;
4. стимулирование покупки во многом зависит от постоянства проведения рекламных мероприятий, если же это не происходит, то предприятие теряет потенциальных покупателей и его рейтинг среди магазинов- конкурентов незамедлительно падает.

Целью деятельности магазина «Баумаркет» в области рекламы являются:

- увеличение объема продаж продукции «Баумаркет»;
- повышение осведомленности населения о деятельности «Баумаркет»;
- создание долговременного положительного образа предприятия;
- расширение рынка сбыта продукции



В качестве наиболее эффективных каналов распространения рекламы в компании «Баумаркет» рассматриваются следующие:

- выставки и презентации;
- телереклама;
- реклама в Internet;
- печатная рекламная продукция;
- наружная реклама;
- промоушн (промо-акции, дегустации, выдача призов и др.)



Эффективность рекламного средства

Покупателям была предложена анкета с вопросом: Откуда вы узнали о продукции «Экострой» (Баумаркет)?

Результаты исследования были следующими:

1. наружная реклама - 30%;
2. рекламные акции в магазинах - 25%;
3. от знакомых - 20%;
4. телевидение - 15%;
5. листовки, буклеты - 10%.



Отрицательным моментом в работе ООО «Баумаркет» можно назвать нерациональное сокращение средств на печатную рекламу, её уровень по сравнению с 2016 годом уменьшился и составил 75%. Печатная реклама - одно из основных средств рекламы, рассчитанной исключительно на зрительное восприятие, и уменьшать её долю крайне нецелесообразно, ведь именно из листовок, буклетов, плакатов, объявлений покупатели узнают о продукции, о месте и времени проведения промо-акции. Печатные материалы могли бы хорошо быть использованы в ходе деловых встреч, ярмарок, да и просто раздаваться в момент приобретения продукции. Всё это усиливало бы информацию о товарах.

Выводы

Проанализировав организацию рекламной работы в компании «Баумаркет», были сделаны выводы и определены следующие пути повышения организации рекламной деятельности на данном предприятии: усовершенствовать рекламу в Интернет. Разработать электронные версии продвижения продукции и модернизировать web-site.

1. Необходимо разместить баннерную рекламу на большей части тамбовских серверов и на наиболее посещаемых интернет-ресурсах. Это необходимо для повышения популярности самого сайта, чтобы потенциальные клиенты могли легко обнаружить сайт компании.
2. Несомненно, необходимо создать собственный список рассылки по электронной почте. Это не потребует значительных усилий и капиталовложений, а эффективность данного шага будет весьма высокой, т.к. данная рассылка будет распространяться по целевой аудитории, а не случайным образом.
3. Необходимо зарегистрировать интернет-ресурс в большинстве поисковых систем, как отечественных, так и зарубежных. Т.к. существует вариант просмотра страниц компании в английском варианте (это несомненный плюс).
4. И, наконец, нелишним будет организаци



рк.



Спасибо за внимание !