



Задачи: а) Определение целевой аудитории и сегментирование потребителей; б) Разработка стартовой рекламной кампании перед открытием гипермаркета; в) Разработка рекламной кампании на последующие периоды; г) Прочет финансовой составляющей маркетинговой деятельности.

Краткое содержание маркетинговой стратегии:

- Описание проекта
- Анализ рынка
 - Анализ отрасли: Объем рынка; Емкость рынка; Сезонность
 - Анализ спроса: Сегментирование потребителей. Оценка размера целевых сегментов; Портрет покупателей и сценарии покупательского поведения
 - Конкурентный анализ
- Позиционирование продукта
- Стратегия выхода на рынок
- Стратегия привлечения клиентов
- Стратегия работы с имеющимися клиентам
- Стратегия продаж
- Программа продвижения
 - Рекламоносители и каналы маркетинговых коммуникаций
 - Концепция рекламных обращений
 - Методы стимулирования продаж
- PR и связи с общественностью
- Бюджетный план
- Календарный план
- Выводы и рекомендации
- В результате выполнения работ Заказчик получает подробный отчет, содержащий в себе основные направления маркетинговой деятельности, бюджетный план по каждому каналу маркетинга, календарный план проведения маркетинговых мероприятий, перечень конкретных каналов рекламы и методов продвижения с подробными рекомендациями по реализации каждого мероприятия.

Стратегия выхода на рынок

Запуск рекламной кампании начнется за месяц до открытия гипермаркета. Это подготовит целевую аудиторию, заинтересует ее.

Перед выходом на рынок бренда гипермаркета необходимо хорошо продумать тотем бренда – то есть главного героя. Он должен быть ярким, красочным и живым. Промоутеры в костюмах главного героя будут раздавать листовки-приглашения на открытие гипермаркета, которые будут вмещать всю информацию о развлекательных зонах, а также цены и акции.

Открытие гипермаркета должно быть ярким с музыкальным сопровождением и шоу-программой. Промоутеры будут раздавать детям воздушные шарик.

Таблица 12. Расходы на мероприятия при выходе на рынок, руб., 2014 г.

№	Расходы		Стоимость, руб.	Итого, руб.
	Основные расходы	Детализация		
1	Продвижение в Интернете	Оптимизация сайта, SEO	XX тыс. руб. в месяц	XXX р.
		Продвижение в социальных сетях	XX тыс. руб. в месяц	XXX р.
		Контекстная реклама	XX руб./переход	XXX р.
		Продвижение на форумах	XX руб.	XXX р.
2	Наружная реклама	Билборды	В среднем XXX руб. в месяц за щит	XXX р.
		Реклама в транспорте	-	XXX р.
		Раздача листовок	-	XXX р.
3	Мероприятие 3			
4	Мероприятие 4			
5				
			Всего:	XXX р.

Рекламные каналы и каналы маркетинговых коммуникаций. Методы привлечения клиентов

Рисунок 2. Методы привлечения потребителей

