

Маркетинг план

Магазин

«Детки + Конфетки»

Содержание

1. Резюме
2. Цель маркетинга
3. Способы коммуникации
4. Расчет стоимости средств коммуникаций
5. Комментарий автора
6. Идея и концепция продвижения

1. Резюме

В г.Лесосибирске по адресу 5 мкр., д. 5 (с торца здания) расположен магазин «Детки + Конфетки».

В магазине «Детки + Конфетки» размещено несколько торговых точек (отделов) с взаимно дополняемыми видами деятельности.

1. Торговая точка по продаже детских вещей.
2. Атракцион для детей.
3. Торговая точка по продаже орехов и чая.
4. Торговая точка по продаже конфет и других сладостей.

По проведенным исследованиям РА «ФРИМЭН», магазин «Детки + Конфетки» имеет достаточно хорошую перспективу в развитии своего бизнеса. И при использовании дополнительным способом стимулирования сбыта, будет способствовать незамедлительному росту прибыльности магазина. А главное, что предлагается использовать в способах и методах продвижения магазина – это «Партизанский маркетинг». Одним из способов продвижения которого является - совместная реклама, или реклама под одним брендом (названием).

Благодаря своему местоположению, которое расположено вблизи достаточно крупных и известных магазинов города «Анастасия» и «Мишутка», а так же, вблизи районной школы № 9 и детского сада № 48. Магазин «Детки + Конфетки», имеют реальную возможность при минимальных затратах в маркетинг, сделать свой магазин, одним из излюбленных мест в этом районе города, для своих потенциальных клиентов.

Компания «ФРИМЭН» разработала данный маркетинг план для магазина «Детки + Конфетки» с целью эффективного продвижения магазина с минимальными вложениями в рекламу.

Для начало, мы ответим на ряд вопросов:

1. Что мы продаем (какой товар и услугу)?
2. Кому мы продаем (портрет потенциального клиента)?

3. По какой цене (ценовая политика)?
4. Как и где мы продаем (месторасположение и сервис)?
5. Сколько и как часто можно продать одному покупателю (частота покупок)?

Что мы продаем?

Магазин «Детки + Конфетки» имеет на своей территории три торговых отдела и один аттракцион.

Если говорить кратко о специфике товара и услуг, то складывается следующая картина того, что продает магазин «Детки + Конфетки»:

1. Детские вещи.
2. Сладости (конфеты и орехи)
3. Мини-аттракцион (батут + игровая мини площадка)

Кому мы продаем?

Рассматривая список того, что продается в магазине «Детки + Конфетки» и какие оказываются услуги, то делаем следующие выводы.

Основные потребители магазина «Детки + Конфетки»:

1. Дети (учащиеся в ближайшей школе № 9, в возрасте от 10 до 17 лет.)
2. **Женщины (молодые мамы детей от 3 до 12 лет.)**
3. Женщины преклонного возраста (от 50 до 75 лет.)

Для того, чтобы магазин приносил стабильные прибыли всем владельцам торговых точек в магазине «Детки + Конфетки», основной упор сделать на потребителя второй категории. Таким образом, данный вид потенциального потребителя сможет принести прибыль каждому предпринимателю магазина «Детки + Конфетки».

Сделав акцент в рекламе на данный вид потребителя, магазин будет ассоциироваться с магазином для молодых мам и их детей. А так как рождаемость с каждым годом увеличивается, то доходность магазина будет только расти.

По какой цене мы продаем?

Для создания конкурентного преимущества и лояльного отношения со стороны потребителей (клиентов), необходимо не только выстроить грамотную рекламную стратегию, но и определиться с ценовой политикой магазина. Т.е. сегментируя рынок по экономическому классу, магазин и предприниматели в целом должны задать себе следующий вопрос: К какому классу относятся наши покупатели?

Классы бывают:

1. Низший класс (уровень з/п ниже среднего – от 5000руб. до 10000руб.)
2. Средний класс разделяется на три средних
 - 2.1. Низкий - средний (уровень з/п 15000руб. до 20000руб.)
 - 2.2. Средний – средний (уровень з/п от 25000руб. до 35000руб.)**
 - 2.3. Высокий – средний (уровень з/п от 40000руб. до 70000руб.)**
3. Высший класс разделяется так же на несколько подклассов. (но данный класс мы рассматривать не будем)

Компания «ФРИМЭН» предлагает сделать основной упор на средний – средний класс и высокий – средний класс. К их числу можно отнести предпринимателей малого бизнеса и работников государственных служб. Этот класс наиболее стабилен в экономическом плане и в лояльности к определенным брендам.

Т.е. ценовая политика всех предпринимателей в магазине «Детки + Конфетки» должна быть единой. Отклонения одного из участников маркетинг плана может привести к дисгармонии в отношении потребительских предпочтений и лояльности к магазину в целом. Что отрицательно скажется на других предпринимателях магазина «Детки + Конфетки».

Для более качественной оценки рынка, необходимо проводить мониторинг конкурентных компаний (магазинов, торговых точек), с целью выявления преднамеренного демпинга.

Как и где мы продаем?

Как уже ранее было замечено, магазин «Детки + Конфетки» имеет достаточно удобное местоположение для ведения бизнеса, но есть и незначительные минусы.



Минусы местоположения:

1. Отдаленность от центральной улице.
2. Отсутствие удобной парковки для транспортного средства.

Плюсы местоположения:

1. Магазин расположен на первом этаже.
2. Хорошая проходимость.
3. Близость к известным и популярным магазинам города «Анастасия» и «Мишутка» (магазины с детскими игрушками)
4. Близость к школе и детскому саду.

2. Цель маркетинга

Маркетинг – это процесс коммуникации, производства, сбыта, продукции и услуг компании потребителю.

Цели нашего маркетинга:

1. Объединить усилия четырех предпринимателей для создания единого бренда магазина «Детки + Конфетки».
2. Сделать магазин узнаваемым для всех потенциальных клиентов.
3. Создать лояльное отношение со стороны потребителя.
4. Создать правильный образ магазина «Детки + Конфетки» и каждой торговой точки в нем, в умах потребителя.
5. Удержание и привлечение новых покупателей.



3. Способы коммуникации

Для выбора способов коммуникации компания «ФРИМЭН» предлагает использовать наиболее действенные и мало-затратные способы рекламы, с максимальной продолжительностью воздействия на потребителя.

1. Наружная реклама.
2. Полиграфическая продукция.
3. SMS – рассылка.
4. Взаимомаркетинг.
5. Сервис
6. Программа лояльности.

Для правильного использования способов продвижения, необходимо соблюдать следующую истину.

«Маркетинг стратегия прорабатывается на максимально продолжительный срок, с заложенным в него бюджетом, исполняется в должном количестве, и качестве, на постоянной основе.»

1. Наружная реклама.

Для привлечения внимания жителей данного района, мы предлагаем использовать наружную рекламу следующего вида, в следующих местах.

Рисунок 1. Реклама над магазином.

Рисунок 2. Реклама на здании школы № 9.

Рисунок 3. Реклама на д.10 рядом с Сбербанком.

Рисунок 4. Реклама на здании школы № 9.

Рисунок 5. Реклама на столбе рядом с аптекой ИП Швецова и детским садом.

Рисунок 6. Рекламный стенд напротив магазина «Феникс».

Рисунок 7. Реклама на столбе напротив овощного магазина.

Рисунок 8. Реклама на столбе напротив магазина «Анастасия»

2. Полиграфическая продукция

Для ознакомления клиентов с ассортиментом и услугами магазина «Детки + Конфетки» предлагается изготовить рекламные буклеты.



3. SMS – рассылка.



Для осуществления данного способа рекламы, необходимо собрать данные (номер телефона) постоянных и потенциальных клиентов. Данные вид рекламы будет способствовать эффективной коммуникации с постоянными клиентами.

Основная информация, рассылаемая по номер телефонов постоянных клиентов, будет информирование о новом поступлении товара, скидках и распродажах, а так же поздравления в праздничные дни (8 марта, Новый Год, 9 мая, 1 мая и т.д.)

6 преимуществ SMS рассылок

1. Комфорт для клиента.

Так как ваш телефонный звонок могут не услышать, или отвлечь от какого-либо важного дела. Вы не сможете передать информацию. Если вы позвоните в не подходящий момент, то ваш собеседник не будет слушать вас. А SMS сообщение человек может прочитать, когда у него найдется время или желание.

2. Результативность доставки.

Рассылка SMS происходит через SMS шлюз, с высокой пропускной способностью. Вам удастся отправить множество SMS сообщений одним нажатием кнопки. Вам не нужно будет вводить катч-коды, разные наборы размытых цифр и букв, и нет ограничений по количеству, как это есть у бесплатных сервисов. Без затраты времени и усилий Вы сможете быстро донести информацию до широкого круга лиц.

3. Узнаваемость.

Если при рассылке SMS сообщений для информирования клиентов вы пользуетесь телефонами ваших сотрудников или GSM модемом, то клиенты не могут узнать ваш номер. Аналогичное происходит и при «обзвоне». Поэтому общение с клиентом начинается с раздражения, что понизит эффективность вашей беседы. Если Вы будите работать с нами, Вы получите возможность вместо номера отправителя вносить название Вашей компании.

4. Экономия.

Работая на «обзвоне» получается слишком много затрат. Средняя стоимость разговора составляет один рубль и пятьдесят копеек. Но больше затраты идут на оплату рабочего времени. При минимальной заработной плате десять тысяч рублей одна минута рабочего времени стоит один рубль. В среднем получается, что на звонок одному клиенту тратится три минуты и три рубля. В сумме затрат выходит четыре рубля и пятьдесят копеек. Отправка сообщения через GSM модем происходит через сим карту. Минимальная стоимость смс сообщений, например у «Билайна» составляет пятьдесят копеек. Но если вы отправляете в месяц более тысяч сообщений, то стоимость возрастает до двух рублей. У всех операторов стоит ограничение на количество отправленных сообщений.

5. Учет.

После того, как вы отправили SMS, придет подробный отчет о состоянии сообщения. Также SMS рассылка не допускает «спама». Рассылки осуществляются только по клиентским базам компаний. «Спам» является незаконным и информация, приходящая от неизвестных личностей, может вызывать только недовольство.

6. Другое.

Сообщения отправляются бесплатно, если вы используете рассылку SMS сообщений через почту. Но вы не можете этого делать чаще, чем один раз в минуту. Еще будет отсутствовать имя отправителя и отчеты. Такой тип рекламы чаще всего применяют небольшие компании.

Достоинства адресной рекламы над традиционными рекламами, такими как интернет, постеры, газеты объявления.

- Информация поступает к людям за короткое время.
- Информация доходит только для тех, кому она действительно нужна.
- Сообщение не индивидуально для каждого клиента.
- Ваше сообщение будет как визитная карточка, так как будет храниться в телефоне вашего клиента.

4. Взаимомаркетинг

Что такое взаимомаркетинг?



Взаимомаркетинг – это маркетинговый процесс, в котором задействованы третьи лица (фирмы, магазины), рекламирующие вас на взаимовыгодных условиях, т.е. вы их, а они вас.

Необходимо найти и определить наиболее подходящие компании, магазины, торговые точки, с которыми можно было бы объединиться для осуществления взаиморекламе, с целью увеличения притока новых клиентов. Данный вид рекламы можно еще назвать сарафанное радио между компаниями, магазинами, торговыми точками и предпринимателями.

5. Сервис

В каждом бизнесе сервис и обслуживание клиентов стоит на одном из первых мест в маркетинговом планировании. Без грамотного и профессионального сервисного обслуживания вы постоянно будете терять деньги, вложенные в рекламу.

Что мы имеем в виду, говоря о сервисе?

1. Профессионализм сотрудников.
2. Компетентность предпринимателя и его персонал.
3. Навыки продаж и обслуживания клиента.
4. Приятный внешний вид, как персонала, так и помещения в целом.
5. Приятный запах в торговом помещении.
6. Послепродажное обслуживание.
7. Искренняя заинтересованность каждого сотрудника в развитии бизнеса руководителя.
8. Мотивированные сотрудники на повышение результата.
9. Следить за территорией в радиусе 50 метров от магазина.

Отнеситесь к сервис, как к одному из самых главных элементов в вашем бизнесе. Без него, не возможно совершить повторную продажу. А как

показали исследования, вторая продаже на 30% всегда проще и прибыльнее первой. Устройте мастер-класс для своих сотрудников по технике продаж. Создайте должностную инструкцию для работников совместно с ними. Работайте над сервисом совместно и дружно! Улучшайте и совершенствуйте свой бизнес, и прибыль не заставит себя долго ждать!!!

6. Программа лояльности

Программа лояльности придумана для того, чтобы ваши клиенты всегда помнили о вас, знали, что вы продаете, хотел у вас купить, и получали бы за это вознаграждение, в виде бонусов, или скидок.



Мы предлагаем использовать вашему магазину единую дисконтную карту.

Процент скидок по которой, вы установите самостоятельно, из ваших возможностей.

Благодаря дисконтной карте, вы на долгое время сможете удержать своих постоянных клиентов, и стимулировать их совершать покупки в вашем магазине.

Кроме внедрения своей единой дисконтной карты магазина «Детки + Конфетки» предлагаем принять участие в дисконтной программе 124city.ru

Дисконтный клуб 124CITY.RU объединяет в себе различные компании и магазины города, предлагающие всем держателям единой дисконтной карты «Golden City» скидки. В клубе более 20 компании и более 200 держателей дисконтных карт. И после вступления в клуб вашего магазина, каждый держатель дисконтной клубной карты будет знать, и меть возможность посетить ваш магазин, и получить в нем определенную скидку. Вашими возможными покупателями станут более 200 человек.

4. Расчет стоимости средств коммуникаций

№	Наименование	Технические характеристики	Стоимость Зимнего варианта	Стоимость летнего варианта	
1.	Наружная реклама				
	Рисунок № 1	Размер 6 на 2	9150р.	6096р.	
	Рисунок № 2	Размер 3 на 6	11800р.	7844р.	
	Рисунок № 3	Размер 4 на 2	5450р.	4464р.	
	Рисунок № 4	Размер 6 на 3	11800р.	7844р.	
	Рисунок № 5	Размер 1 на 0,5	2538р.	2538р.	
	Рисунок № 6	Размер 2 на 1	5400р.	5400р.	
	Рисунок № 7	Размер 1 на 0,5	2538р.	2538р.	
	Рисунок № 8	Размер 1 на 0,5	2538р.	2538р.	
2.	Полиграфическая продукция				
	Буклеты	Тираж 1000шт. А4 формат глянец.	3500р.	3500р.	
3.	SMS –рассылка				
	Пакет № 3	3000шт.	1800р.	1800р.	
4.	Взаимомаркетинг				
	Маг. Анастасия		0	0	
	Маг. Мишутка		0	0	
	Маг. Знайка		0	0	
5.	Сервис				
	Тренинг		-	-	
	Семинар		-	-	
6.	Программа лояльности				
	Дисконтные карты	100шт.	2500р.	2500р.	
	Членство в клубе	1 год.	950р.	950р.	
Итого сумма расходов за первый год			59 964р.	48 012р.	(-11952р.)

5. Комментарий

Все выше приведенные способы маркетинговых решений будет эффективным для вашего магазина и принесут не малую прибыль каждому предпринимателю в отдельности.

Если вы будите работать над созданием бренда магазина и продвигать свою идею в массы, то в ближайшем будущем, данный бизнес можно будет

превратить в сеть магазинов «Детки + Конфетки» не только в городе Лесосибирске, но и за его пределами.

Успех каждого предпринимателя в магазине «Детки + Конфетки» будет зависеть от сплоченности и взаимопомощи. А если вы не можете найти компромиссов, тогда найдите человека – консультанта, и пусть он возьмет на себя ответственность, и решит вашу проблему.

Не используйте в своем маркетинге видео рекламу, радио рекламу, маршрутное телевидение, рекламу за пределами центральной части города, до тех пор, пока вы не превратили свой магазин в сеть подобных магазинов, и то, даже после, проконсультируйтесь со специалистом в этих вопросах.

Не тратьте деньги на рекламу, которая не принесет вам ожидаемого результата. А если появилась интересная идея по способу рекламирования и продвижения вашего магазина, то вынесите ее на обсуждение и пригласите консультанта.

Для осуществления всех предложенных способов рекламы, предлагается календарный график реализации маркетинг плана.

Таблица последовательности запуска средств коммуникации.

№	Средства коммуникации	Первый год							
		1м.	2м.	3м.	4м.	5м.	6м.	7м.	8-12
1.	Наружная реклама								
	Рисунок № 1.						X		
	Рисунок № 2.					X			
	Рисунок № 3.				X				
	Рисунок № 4.				X				
	Рисунок № 5.		X						
	Рисунок № 6.						X		
	Рисунок № 7.			X					
	Рисунок № 8.	X							
2.	Полиграфическая продукция								
	Буклеты	X		X		X		X	
3.	SMS-рассылка								
	Пакет № 3				X	X	X	X	X
4.	Взаимомаркетинг								
5.	Сервис								

	Тренинг								
	Семинар								
б.	Программа лояльности								
	Дисконтные карты			Х				Х	
	Членство в клубе	Х							

В предложенной мною таблице вы сможете увидеть более структурированный и стратегический подход к рекламированию магазина «Детки + Конфетки».

Для осуществления в реальность данного плана необходимо получить массу разрешений в администрации города, пройти конкурсный отбор и многие другие административные решения.

Для осуществления намеченного плана, возможно потребуется чуть больше времени.

6. Идея

Для того чтобы определить основную концепцию и идею рекламных материалов, необходимо провести ряд маркетинговых исследований.

По всем интересующим вопросам обращаться в РА «ФРИМЭН»...