

Развитие рынка сбыта компании в сфере трансляции программ телевидения и радиовещания

Студентка Казакова Анастасия Вячеславовна

Руководитель Дмитриева Светлана Ивановна

Цель и задачи выпускной квалификационной работы

Цель:

Разработка мероприятий по расширению рынка сбыта
ООО «Европейское музыкальное вещание»

Задачи:

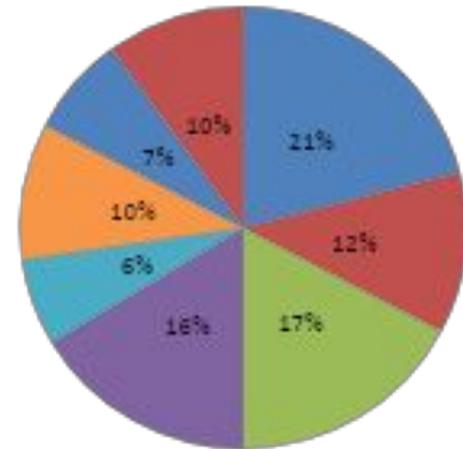
1. Теоретические основы развития сбытовой деятельности на рынке телевидения и радиовещания
2. Оценка сбытовой деятельности ООО «Европейское музыкальное вещание»
3. Формирование направлений расширения рынка сбыта ООО «Европейское музыкальное вещание»

Информация о компании

Название	ООО «Европейское музыкальное вещание»
Год основания	2008
Форма собственности	Общество с ограниченной ответственностью
Местоположение головного офиса	129226, г Москва, ул. Сергея Эйзенштейна, д.8, стр. 1.

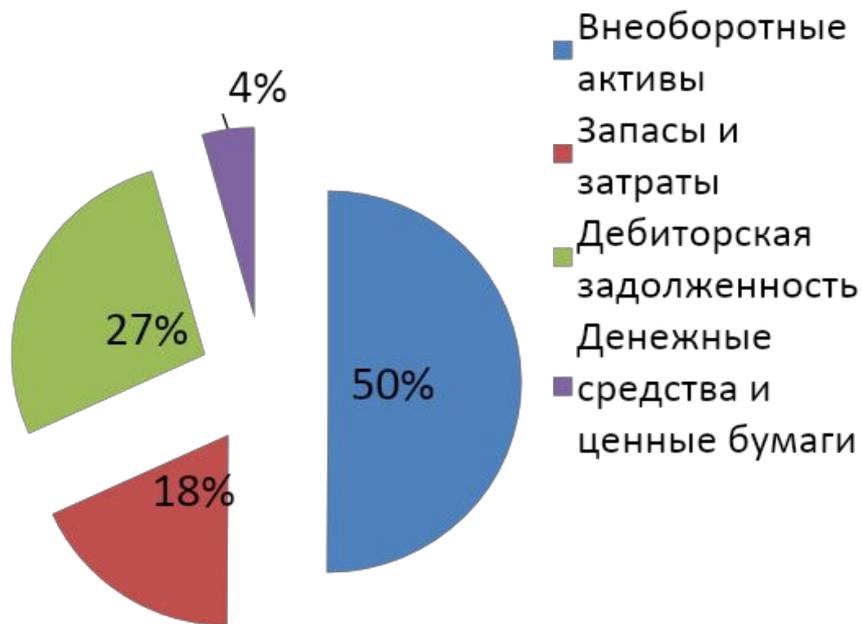
Основные виды деятельности ООО "Европейское музыкальное вещание"

- Телевизионное периодическое распространение информации
- Публичная демонстрация кино и видеофильмов
- Телевизионное вещание
- Производство телевизионных программ и передач
- Производство видеопродукции
- Оказание консультативных, продюсерских услуг, услуг в области создания и размещения рекламы
- Введение новых технологий, создание и распространение программного аппаратного обеспечения в области телевидения
- Внешнеэкономическая и коммерческая деятельность



Структура активов и пассивов

Структура активов баланса в 2016 году



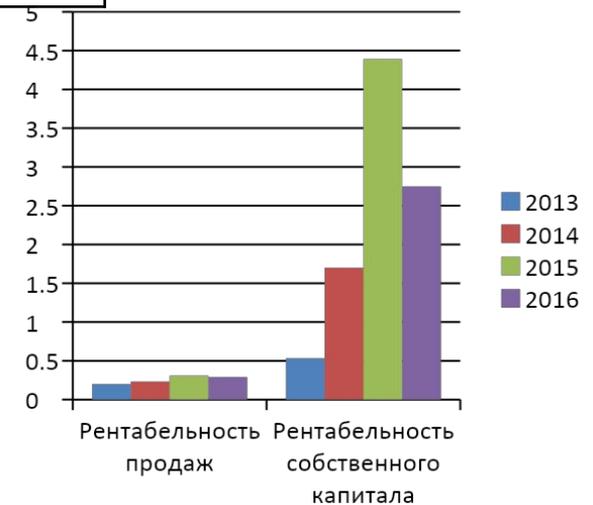
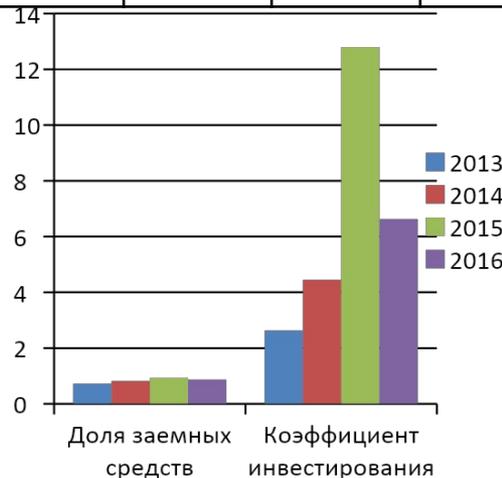
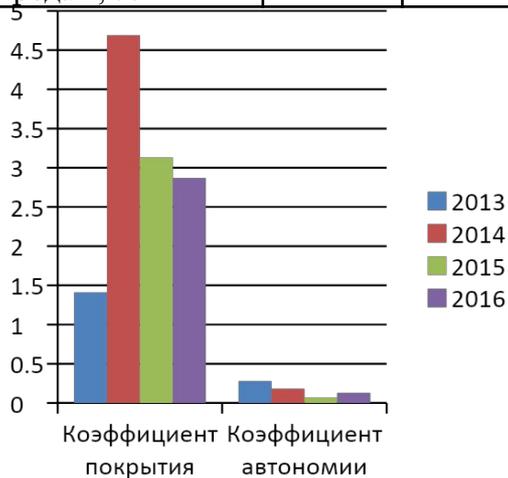
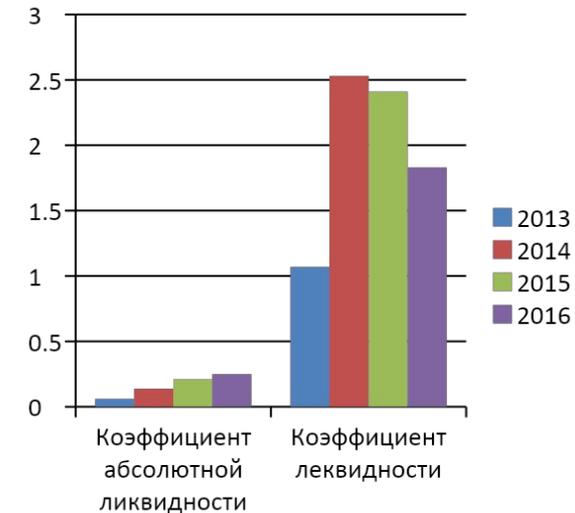
Структура пассивов баланса в 2016 году



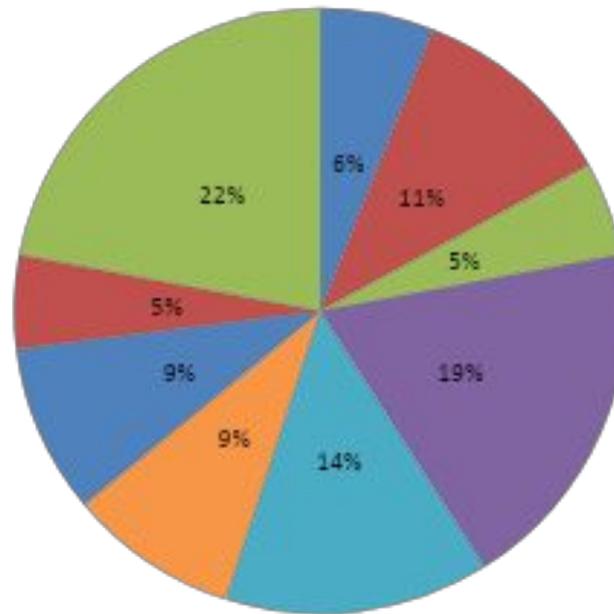
Финансово-экономическая диагностика КОМПАНИИ

Экономические показатели коммерческой деятельности
ООО «Европейское музыкальное вещание»

Показатель	Годы				Темп роста, %		
	2013	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Выручка от продаж тыс. руб.	12668	23543	19048	24625	185,8	80,9	129,3
Показатель	Годы				Темп роста, %		
	2008	2009	2010	2011	2014	2015	2016
Чистая прибыль тыс руб.	2516	5510	5903	7116	218,9	107,1	120,54
Рентабельность продаж, %	19,86	23,4	30,99	28,89	117,8	117,6	93,22



Структура рынка телевидения и радиовещания г.Москвы



- Европа плюс TV
- RU TV
- МУЗ ТВ
- BRIDGE TV
- A-ONE

Портрет аудитории рынка телевидения и радиовещания



Основные и дополнительные услуги

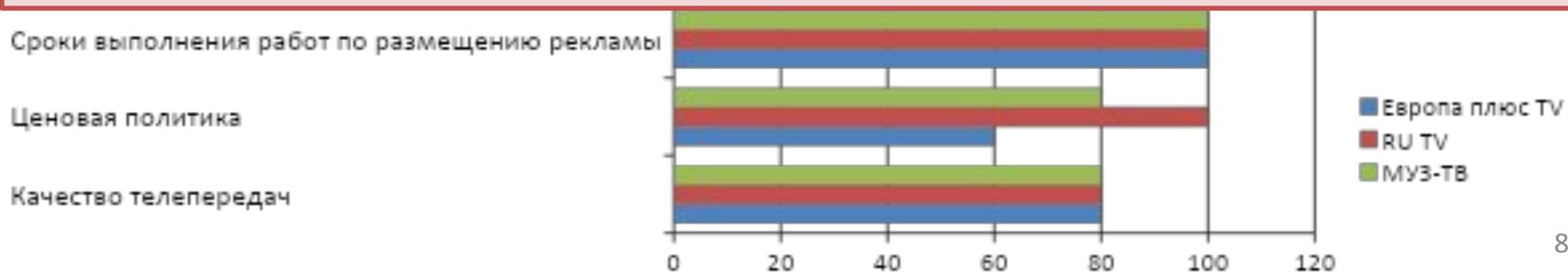
Наличие основных видов работ

Виды работ 1	Европа плюс TV 2	RU TV 3	МУЗ-ТВ 4
Производство и размещение рекламных сюжетов (хронометражем до 3-х минут)	-	-	-
Производство и изготовление рекламных видеороликов хронометраж от 5 секунд до 1 минуты	+	+	+
Производство и размещение новостных сюжетов	+	-	+
Бегущая строка внутри телепрограмм и в межпрограммном пространстве	+	-	+
Спонсорство программ телеканала	+	+	+
Трансляция музыкальных клипов и телепрограмм	+	+	+

Наличие дополнительных видов услуг

Виды услуг	Европа плюс TV	RU TV	МУЗ-ТВ
Наличие помещения для отдыха/ожидания	+	+	-
Оснащенность места ожидания (TV, кофе)	+	-	-
Система скидок постоянным клиентам	+	+	+
Собственная стоянка	+	+	+

Оценки параметров качества оказываемых основных и дополнительных услуг

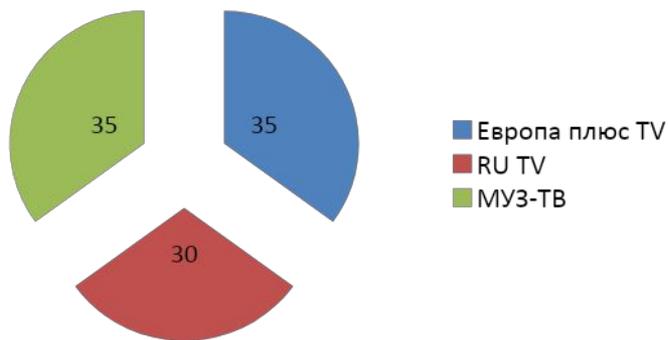


Конкурентный анализ

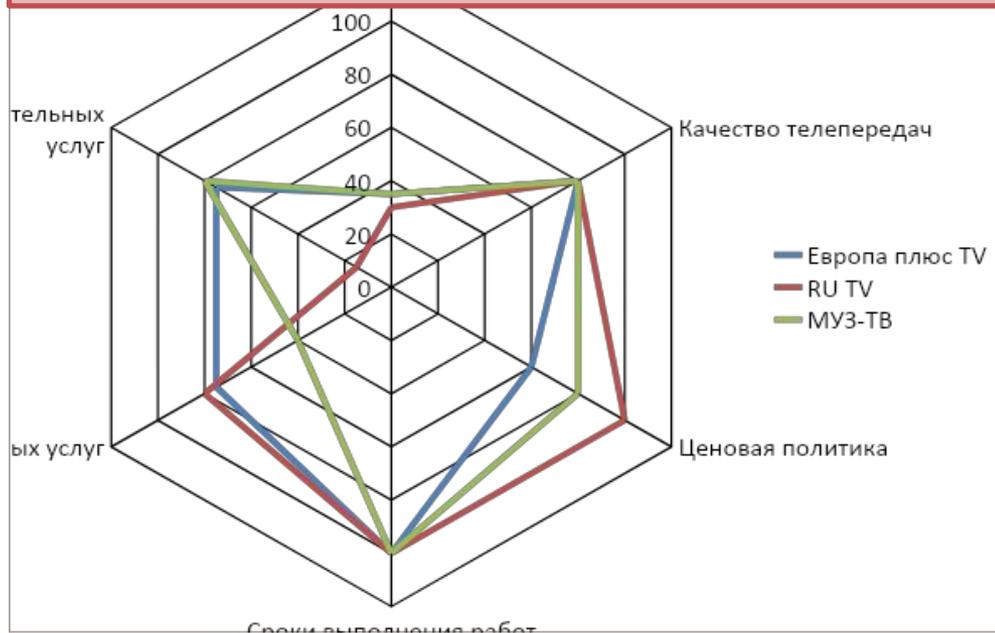
Сравнительная таблица основных конкурентов по средним ценам на размещение рекламы в эфире

№	Наименование канала	Стоимость размещения за 1 секунду, руб.						Размер объёмных рекламных скидков, %
		утренний эфир		дневной эфир		вечерний эфир		
		min	max	min	max	min	max	
1	RU TV	170	170	170	170	485	565	9%- 34%,
2	МУЗ-ТВ	172	172	172	172	562	580	9%-33%,
3	Европа плюс TV	35	135	50	80	70	220	5%-30%,

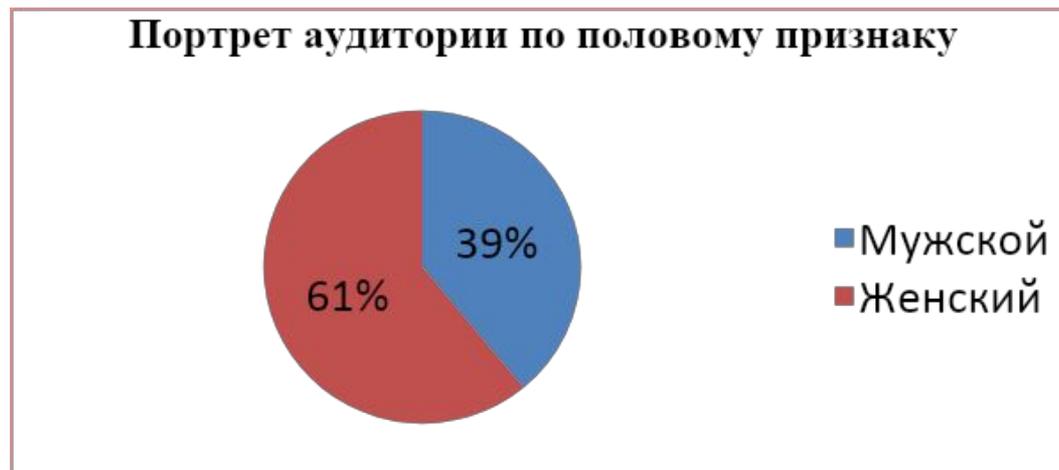
Имидж музыкальных каналов в сегменте рынка



Сравнительный анализ показателей конкурентоспособности канала «Европа плюс TV» и его основных конкурентов



Портрет аудитории компании

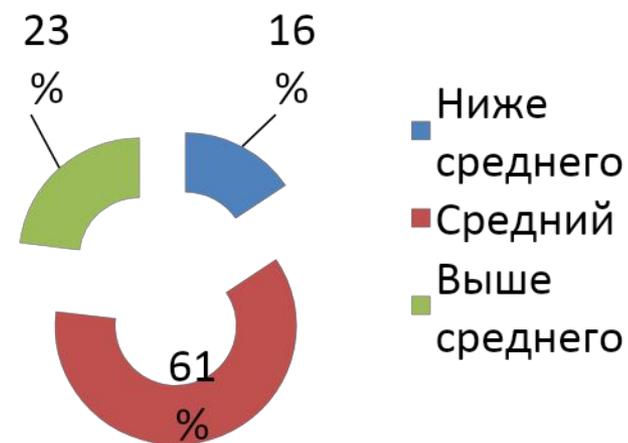


Профиль аудитории

Вид деятельности аудитории

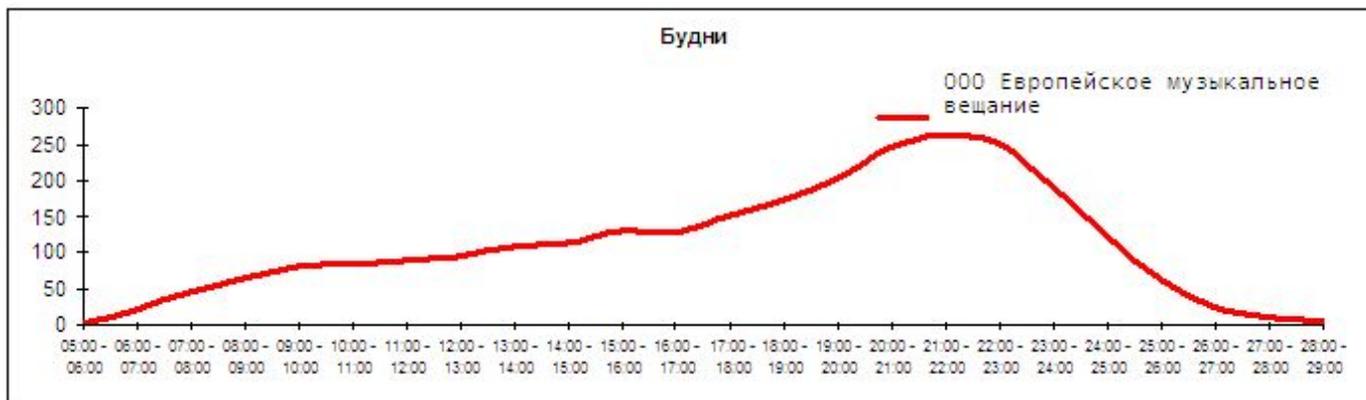


Доход аудитории



Характеристика целевого рынка

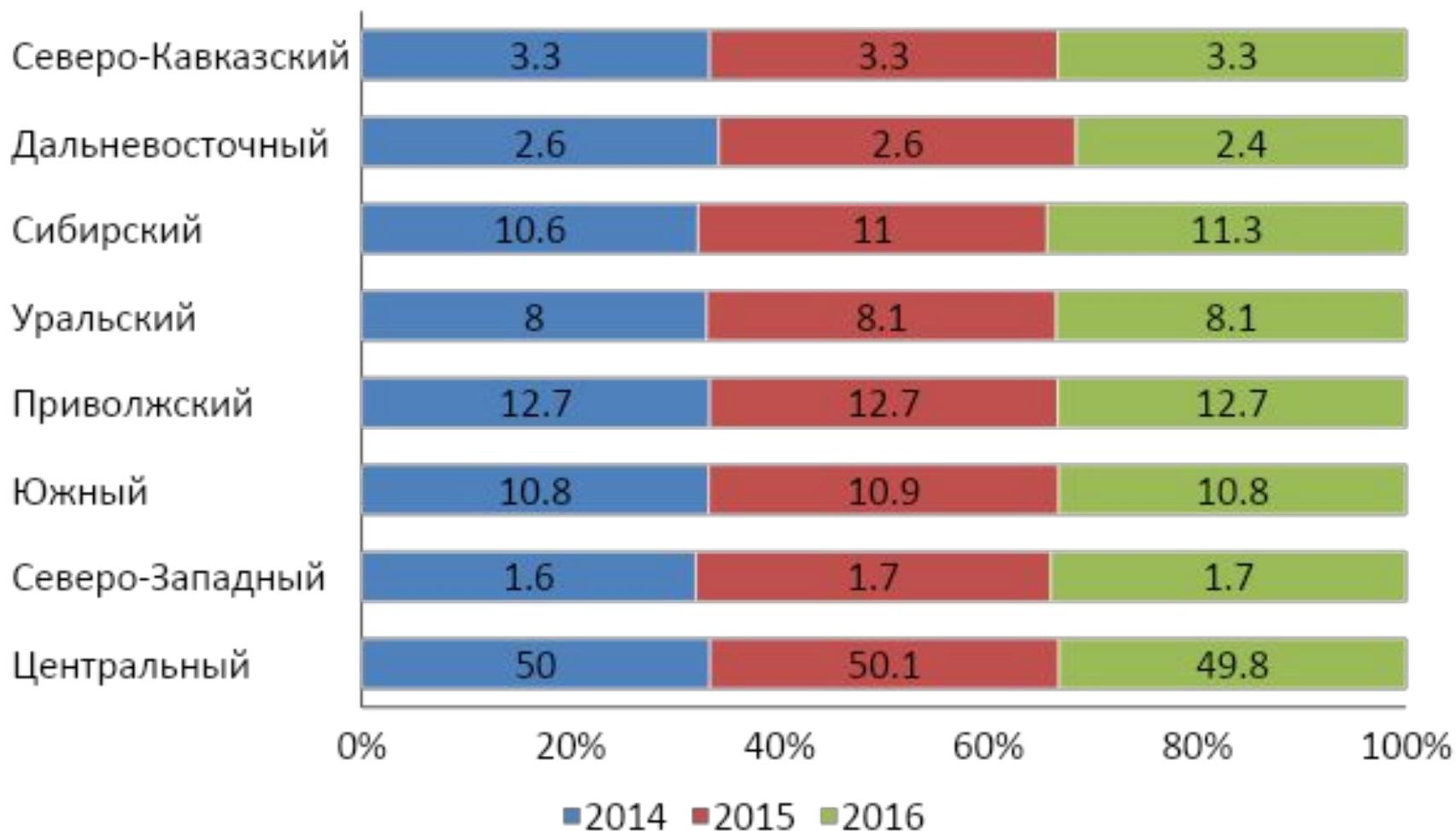
Охват целевой аудитории ООО «Европейское музыкальное вещание», в тыс. чел. (будние дни)



Охват целевой аудитории ООО «Европейское музыкальное вещание», в тыс. чел. (выходные дни)



Характеристика сбытовой деятельности по округам



Характеристика сбытовой деятельности

Показатель	2014	2015	2016
Спектр предлагаемых услуг, ед	4	4	5
Среднесуточный охват аудитории, человек	350 000	390 000	318 000
Технический охват аудитории (домохозяйств)	15 739 451	16 657 989	21 152 406
Технический охват аудитории (операторов)	4	4	5
Среднесуточная доля аудитории, %	49	52	46
Средняя длительность просмотра эфира он-лайн, мин	0,14	0,15	0,14

Маркетинговые активности



Рекламные кампании в печатных изданиях

- Формат размещения: рекламный макет



Рекламные кампании на интернет-порталах

- Формат размещения: мульти-ролы, баннеры



Рекламные кампании в кинотеатрах и кафе

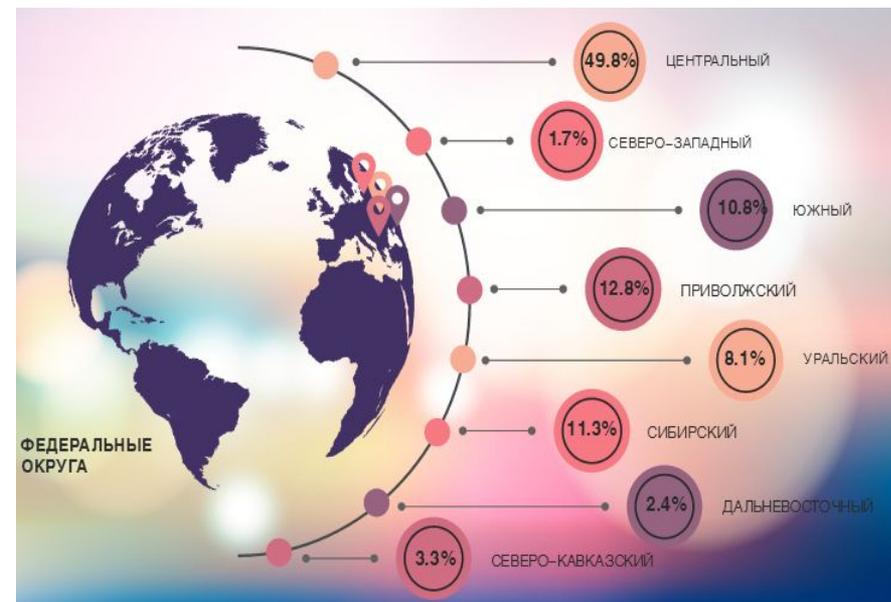
- Формат размещения: ролик перед к/ф, на плазмах в фойе



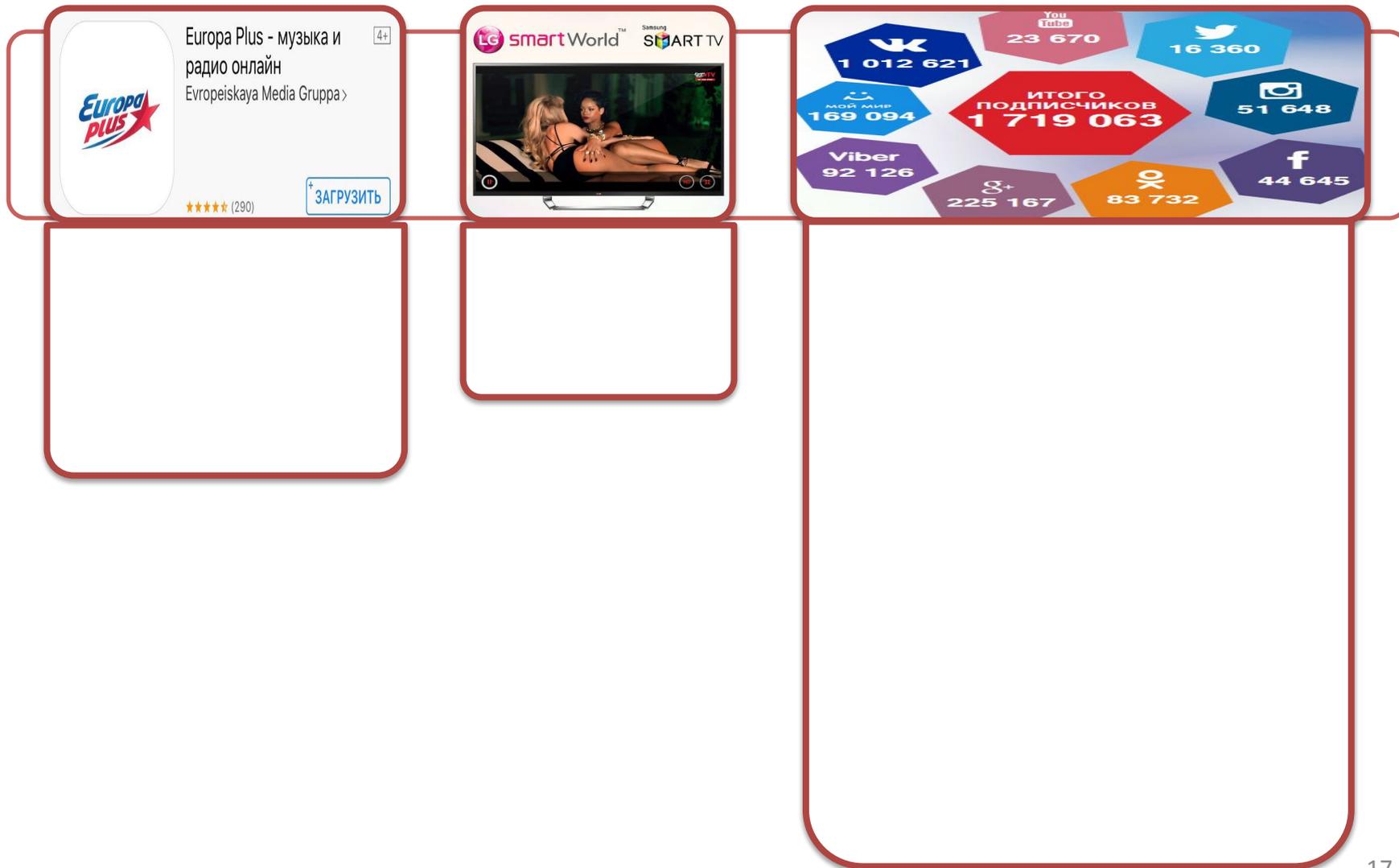
Информационная поддержка выставок и кинопремьер, танцевальных проектов, недели моды

Мероприятия по расширению рынка сбыта

- Внедрение новейшей технологии Social TV
- Увеличение территории вещания



Внедрение новейшей технологии Social TV



Увеличение территории вещания

- Переговоры с кабельными и спутниковыми операторами



- Конкурсы и PR-кампании



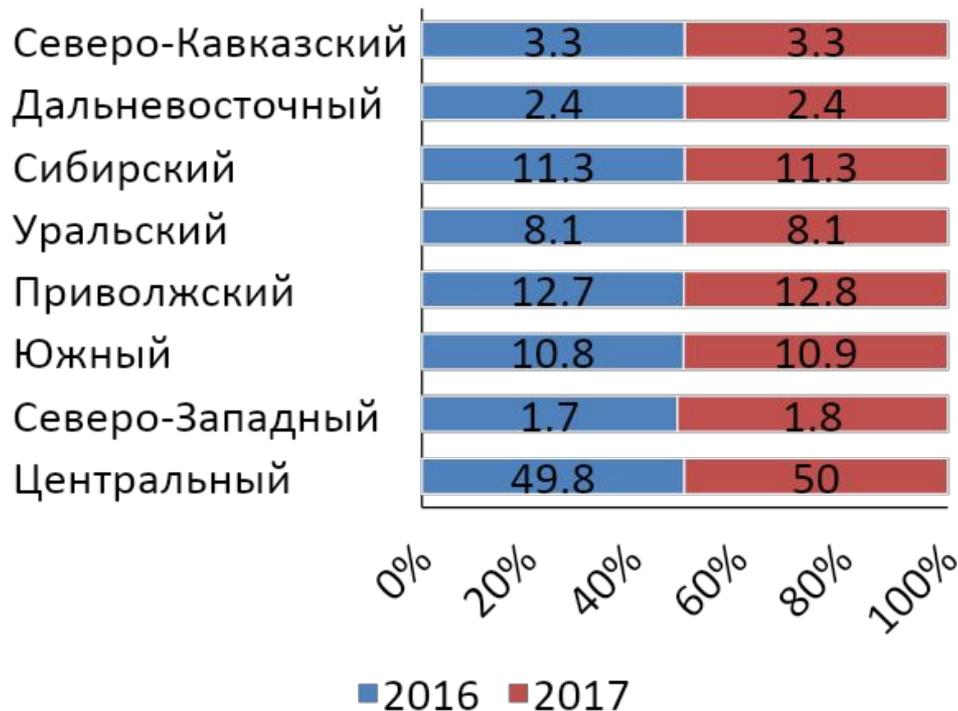
- Маркетинговое исследование

Затраты на реализацию мероприятий

Мероприятия	Цена, руб
Social TV	80 000
Таргетированная реклама через соц.сети	200 000

Прогнозируемые показатели

- По расширению по округам:



- Увеличение с 600 кабельных и спутниковых операторов до 700 к началу 2017 года.
- Увеличение аудитории с 5,36 млн. человек до 7 млн.
- Увеличение доли рынка среди музыкальных телеканалов с 6% до 10%

Ожидаемая доходность от данной стратегии составляет 13%.

Ожидаемый доход от инвестиций равен 36 400р.