

ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ РЕКЛАМЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДА И ИМИДЖА КАФЕ- КОНДИТЕРСКОЙ «МЕДОБОРЫ» В ПОСЕЛКЕ ЛЕНИНО ЛЕНИНСКОГО РАЙОНА

Секция : экономика

Работу выполнила:

Фука Ление

кдч, 10-А класс

Муниципальное бюджетное
общеобразовательное учреждение
«Средняя общеобразовательная школа
№1 поселка Ленино»

воспитанница Муниципального
бюджетного образовательного
учреждения дополнительного
образования

«Центр детского и юношеского
творчества»

Ленинского района Республики Крым

Научный руководитель:

Матвейчук Светлана Александровна,

учитель географии

Муниципальное бюджетное

общеобразовательное учреждение

«Средняя общеобразовательная

школа №1 поселка Ленино»,

руководитель объединения МБОУ ДО

Ленинского района Республики Крым

ЦЕЛЬ НАУЧНОЙ РАБОТЫ

- необходимо понять, как происходит влияние рекламы на покупательскую способность и как избежать потребителю различные воздействия рекламы и сохранить свои сбережения.



АКТУАЛЬНОСТЬ РАБОТЫ

- определить понятие рекламы и провести ее классификацию;
- изучить методы управления сознанием потребителя через рекламу и маркетинговые шаги;
- выявить основные условия эффективности рекламы как средства визуальной коммуникации на современном этапе
- на примере магазина-кафе «Медоборы» выявить изменение структуры продаж, дохода и имиджа под воздействием рекламы.

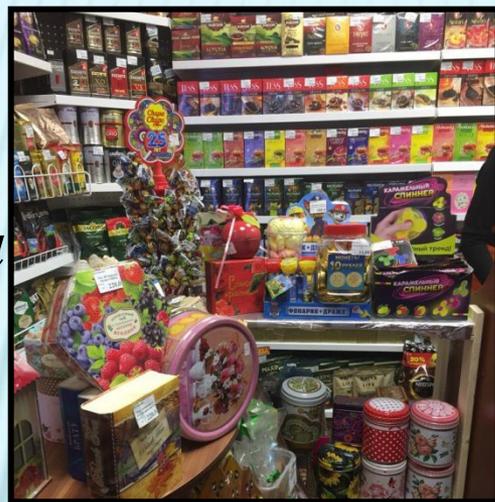
ЗАДАЧИ НАУЧНОЙ РАБОТЫ

- ❖ рассмотреть понятие и виды рекламы и охарактеризовать ее влияние на потребительский спрос;
- ❖ проанализировать основные аспекты разработки рекламной кампании;
- ❖ дать краткую характеристику предприятия «Медоборы» и проанализировать экономические показатели
- ❖ рассмотреть рекламные методы, используемые в магазине-кафе и дать оценку эффективности рекламной деятельности;
- ❖ дать рекомендации и обосновать социально-экономическую эффективность проводимых мероприятий



Объект исследования

- магазин-кафе «Медоборы»
- деятельность заключается в предоставлении услуг продажи кондитерских изделий.



Предметом исследования выступает:
рекламная деятельность магазина-кафе «Медоборы»



КЛАССИФИКАЦИЯ РЕКЛАМ

- *по объекту* - покупателей товаров или профессионалов;
- *по заказчику* - фирм-производителей, оптовых и розничных торговцев;
- *по предмету*- торговой марки, производителя, предприятия;
- *по жизненному циклу* - подготавливающая, нового и “зрелого” товара;
- *по широте товарного охвата*;
- *по средствам распространения*;
- *по финансированию*.

К ВИДАМ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТНОСЯТ

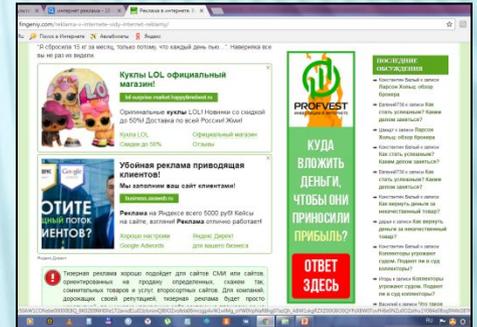
ATL (Above-the-Line «над чертой»)

BTL (Below-the-Line «под чертой»)



СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ

- Прямая
- В прессе
- Печатная
- Экранная
- Интернет реклама
- На транспорте
- На месте продажи



РЕКЛАМА НА МЕСТЕ ПРОДАЖ



- ✓ *витрины магазинов*
(наружные и внутренние);
- ✓ *вывески, знаки, планшеты*
в торговом зале;
- ✓ *упаковка* (коробки, футляры, бумага, клеящая лента с нанесенными названиями и товарными знаками рекламодателя)
- ✓ *сувениры и другие малые формы рекламы* (авторучки, папки, зажигалки, линейки и многое другое)

АКСИОМЫ РЕКЛАМЫ

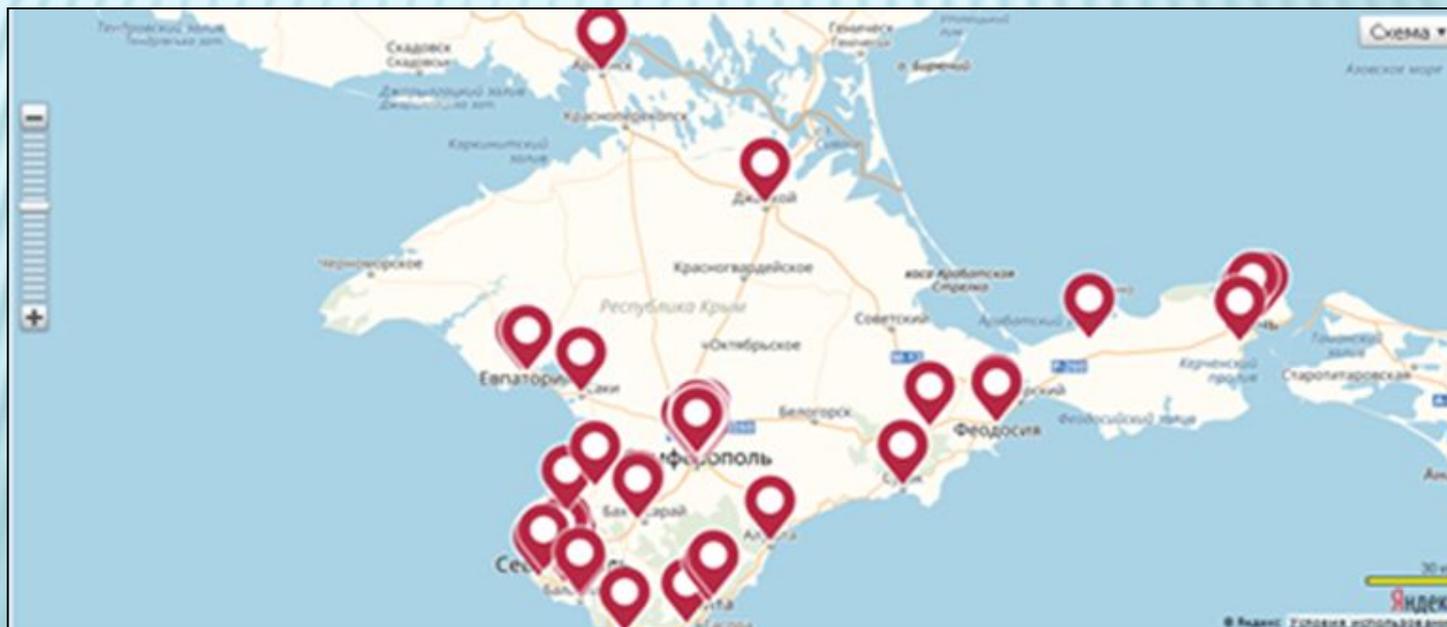
1. Аксиома сопротивления Потребителя:

производитель не в состоянии заставить Потребителя читать рекламу. Производитель сможет заставить Потребителя прочесть (прослушать) рекламное объявление.

2. Аксиома доверия: потребители подходят к рекламе с разных позиций; реклама, которая может внушить доверие одним, не в состоянии внушить доверие другим.

История создания сети кондитерских «Медоборы»

25 июня 1995 года Гакало Вадим Владимирович и Гакало Екатерина Леонидовна решили основать кондитерскую компанию, взяв на себя функции по организации, маркетингу, стратегии и политике. Они создали собственные оригинальные рецептуры кондитерских изделий и закрепили за собой позицию новаторов в кулинарном искусстве. Создана фирменная торговая сеть, охватывающая Севастополь, Симферополь и другие города Республики Крым



ХАРАКТЕРИСТИКА КАФЕ- КОНДИТЕРСКОЙ «МЕДОБОРЫ» В П ЛЕНИНО

Предприятие работает по франшизе.

Начало деятельности с 01.01.2015 года



Почтовый индекс: 298200, Республика Крым, Ленинский район, п. Ленино, ул. Энгельса, рынок «Гермес».

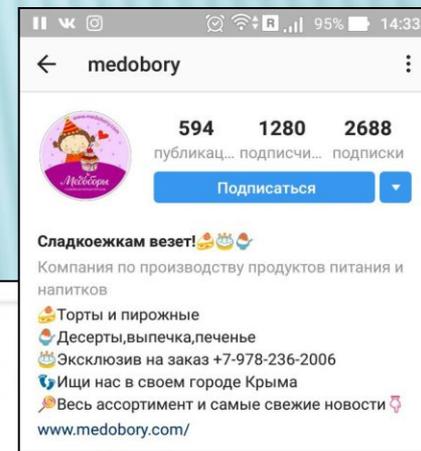
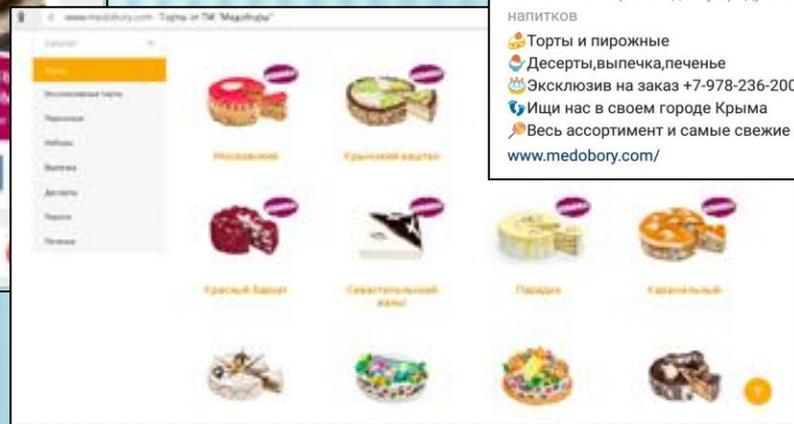
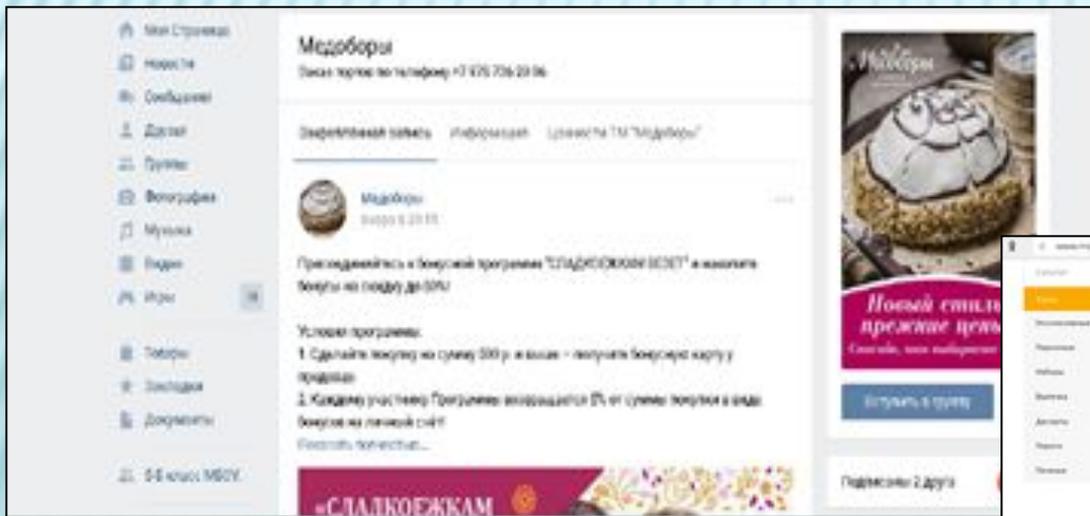
Режим работы: ежедневно в зимнее время с 8.00 – до 20.00, а в летнее время с 8:00-до 22:00.

Зал рассчитан на 8 посадочных мест.



РЕКЛАМНЫЕ МЕТОДЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В КАФЕ- КОНДИТЕРСКОЙ «МЕДОБОРЫ»

1. Объявления в местной газете «Репортер»
2. Телереклама магазин-кафе «Медоборы» осуществляется на телеканалах Республики Крым.
3. Интернет-сайт inform@medobory.com, который работает эффективно.
4. Страница в социальной сети ВКонтакте <https://vk.com/medobory>



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Задача реклам: привлечь к себе наибольшее число потенциальных клиентов. В связи с этим можно предложить направления деятельности сети «Медоборы» (corporate advertising):

1. Упор на узнаваемость имени или образа, т.е. имиджа
2. Провести следующие рекламные мероприятия по разработке позитивного корпоративного имиджа «Медоборы»:

- работа с потребителями.
- работа с общественностью
- работа с госструктурами





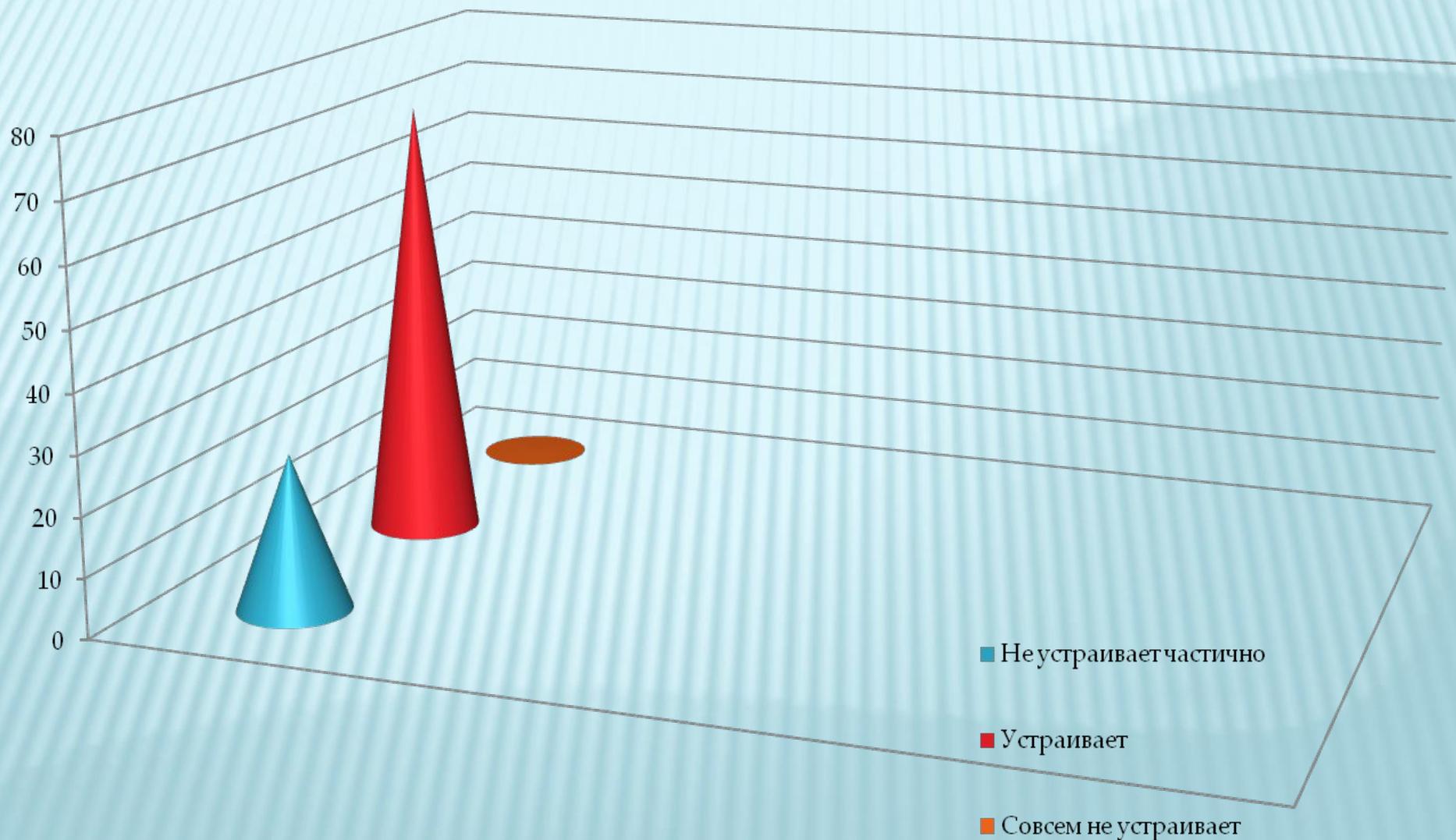
ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНОСТЬ СО СТОРОНЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ КАФЕ- КОНДИТЕРСКОЙ «МЕДОБОРЫ»

Сентябрь- октябрь 2017 г.	Были знакомы с кафе-кондитерской «Медоборы» до обращения	Не были знакомы с кафе- кондитерской «Медоборы» до обращения	Обращали сь более 1 раза	Еще раз планируют посетить кафе- кондитерскую «Медоборы»
Покупатели (%)	28 (70%)	12 (30%)	32 (80%)	16 (40%)

ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К КАЧЕСТВУ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ

Сентябрь- октябрь 2017 г.	Устраивает качество услуг	Качество услуг не достаточно высокого уровня	Качество не устроило вовсе
Покупатели (%)	29 (72,5%)	10(25%)	1(0,25%)

ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К КАЧЕСТВУ РАБОТЫ «МЕДОБОРЫ»

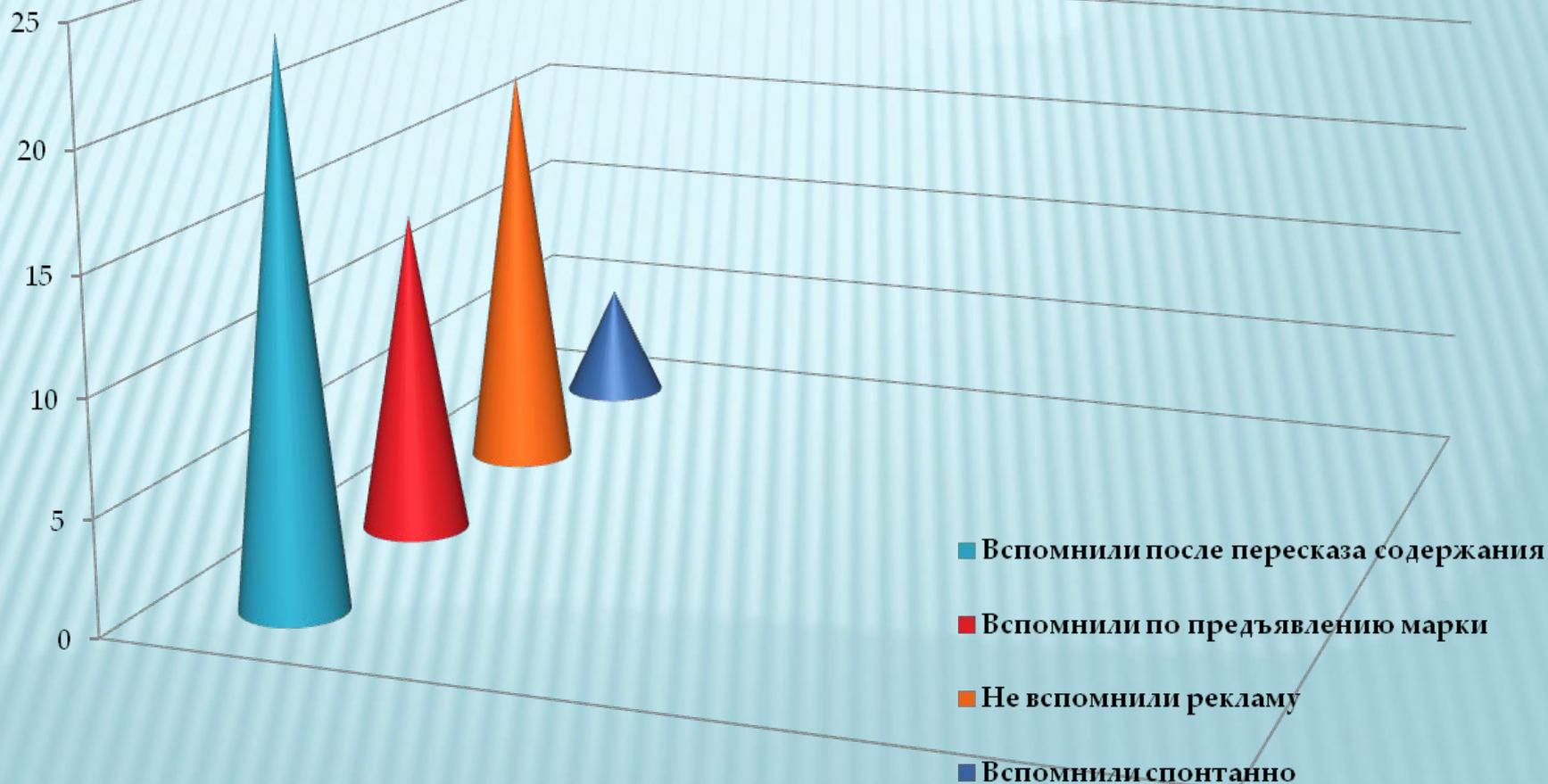


ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ КАФЕ-КОНДИТЕРСКОЙ «МЕДОБОРЫ»

	Статьи в печатных изданиях	Из рекламных проспектов	Сайт в Интернете	По рекомендации
Откуда потребители узнали о магазине-кафе «Медоборы»	2 %	87 %	4 %	7 %

Исследование эффективности рекламных мероприятий «Медоборы»

Результаты опроса клиентов кафе-кондитерской «Медоборы» об эффективности рекламной компании в ноябре 2017 года



Преимущества и недостатки рекламной политики кафе-кондитерской «Медоборы» и конкурентов

№	Показатели (критерии оценки)	«Медоборы»	«Блинная»	«Карамелька»
1	Имидж	О	У	Х
2	Проведение систематических рекламных исследований	Х	У	Х
3	Работа отдела рекламы	У	У	У
4	Планирование рекламной деятельности	У	У	Х
5	Наличие достаточных средств в бюджете рекламной деятельности	Х	Х	Х
6	Организация массированных рекламных компаний	У	-	Х
7	Общая оценка рекламной деятельности	У	У	Х

О – отличный уровень;

Х – хороший уровень;

У – удовлетворительный уровень.

Результаты сравнительного анализа средств рекламы конкурентов

Магазин, кафе	Наружная реклама	Реклама в СМИ	Реклама на радио	Реклама на ТВ	Наличие рекламного образа	Наличие слогана
«Блинная»	+	-	-	-	+	-
«Медоборы»	+	+	-	-	+	+
«Карамелька»	+	-	-	-	+	-
«Радуга»	-	-	-	-	-	-

Экономические показатели кафе-кондитерской «Медоборы» (по данным руководства)

Наименование показателя	2015	2016	2017
Выручка от продажи продукции, работ и услуг, тыс. руб.	11452	12420	13087
Себестоимость, тыс. руб.	8846	9668	10475
Затраты на реализацию, руб. / руб.	0,78	0,78	0,80
Валовая прибыль, тыс. руб.	2606	2752	2612
Рентабельность продаж, %	21,52	22,16	19,96

Спасибо за внимание!