

**АНАЛИЗ И
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
СРЕДСТВ ПРОДВИЖЕНИЯ
ТОВАРОВ И УСЛУГ ООО
«МБТ-ГРУПП»**

Дипломная работа студентки курса
учебной группы
Репки Надежды
Руководитель работы

Комплекс маркетинговых коммуникаций (также комплекс стимулирования) состоит из четырех основных действий: реклама; стимулирование сбыта; public relation; прямой маркетинг. Для достижения более высокого коммуникационного эффекта компании необходимо тщательно координировать весь комплекс маркетинга.

Цель работы

На основе анализа и оценки деятельности компании по продвижению товаров и услуг разработать мероприятия по улучшению этой деятельности.

Задачи работы

- изучить теоретические основы продвижения товаров и услуг на рынках сбыта;
- дать характеристику ООО «МБТ-ГРУПП»;
- проанализировать маркетинговую деятельность предприятия;
- разработать мероприятия по улучшению продвижения товаров и услуг ООО «МБТ-ГРУПП»;
- оценить эффективность предложенных мероприятий.

Функции маркетинга:

1. Аналитическая. Анализ рынка, потребителей, структуры рынка, структуры товара, внутренней среды организации.

2. Производственная. Организация производства новых товаров, логистики, управления качеством и конкурентоспособностью продукта.

3. Сбытовая. Организация движения товаров, реализация товарной политики, организация сервиса, проведение ценовой политики.

4. Управление и контроль. Организация планирования в организации, анализ внутренней среды организации, воздействие на внешнюю и внутреннюю среду, контроль управления маркетингом в организации

В маркетинге выделяют
следующие виды
продвижения товаров:

- ✓ рекламу
- ✓ паблик рилейшнз
- ✓ стимулирование сбыта
- ✓ прямой маркетинг.

ООО «МБТ-Групп» – это IT-компания, специализирующаяся на создании эквайринговых продуктов, в частности сервиса мобильного эквайринга.

Эквайринг – это прием дебетовых и кредитных банковских карт в качестве средства оплаты товара или услуги.

Мобильный эквайринг – это новая технология, которая позволяет принимать оплату товара или услуги дебетовыми и кредитными банковскими картами с помощью смартфона или планшетного компьютера и MPOS-терминала.



Chip&Sign (C15)

Chip&PIN NFC (P17)



Chip&PIN (P15)

Компанией ООО «МБТ-ГРУПП»
используются следующие средства
продвижения товаров на рынки
сбыта: реклама, стимулирование
продаж, PR – связи с
общественностью, прямые продажи.

Основные затраты на рекламу ООО «МБТ-ГРУПП»

Показатель,	2013 г.	2014г.	2015г.	2016 г.
	(тыс.р.)	(тыс.р.)	(тыс.р.)	(тыс.р.)
Затраты на рекламу в местах продаж	50	80	100	120
Затраты на Интернет-рекламу	100	120	120	150
Всего:	150	200	220	270

Увеличение клиентов ООО «МБТ-ГРУПП»

Показатель, тыс. чел	2013 г.	2014г.	2015г.	2016 г.
Количество клиентов компании	60	95	110	120

Компания ООО “МБТ-ГРУПП” применяет следующие мероприятия по стимулированию продаж:

- Скидки на терминалы при объемной закупке.
 - Ежемесячное предложение клиентам по уменьшению процентной ставки.
- Проведение конкурса между клиентами сервиса.
- Предоставление гарантий на ридер в течение года.
- Предложение клиентам использования различных Банков-эквайеров.

- Необходимо укреплять быстродействие программного софта и поддерживать низкую ставку на рынке.
- В наиболее эффективной коммуникации нуждается сильная сторона - ответственное отношение к каждому клиенту.
- Необходимо разработать более эффективную рекламную кампанию и привлечение дополнительных каналов сбыта продукта, предлагаемого компанией.
- В связи с тем, что компания занимает большую долю на рынке эквайринговых услуг и существует возможность адаптировать приложение под конкретного пользователя необходимо учитывать данные факторы в развитии возможностей компании.
- Необходимо разработать более удобный интерфейс для регистрации клиентов и, также, оценить возможность поддержки смартфонов/планшетов с невысокой операционной системой.
- Скрыть слабые стороны компании, предлагая клиентам приобретать ридер с подключением по Bluetooth-соединению.

В связи с тем, что компания поддерживает минимальную ставку на рынке, можно увеличить цену на товар. Необходимо разработать новый вид оплаты через приложение iBoxPro

Email-маркетинг (имейл-маркетинг) — один из наиболее эффективных инструментов интернет-маркетинга для бизнеса. Он позволяет выстраивать прямую коммуникацию между компанией (или бизнесом) и потенциальными или существующими клиентами. Главный инструмент, который поможет автоматизировать этот процесс — триггерные (trigger) рассылки.

Триггерные рассылки подразделяются на:

- Акция 2,25% на 2 месяца
- Скидка 1000 руб. на покупку iBox-терминала и комиссия 2% на 2 месяца
 - Акция 2% на 2 месяца
- Скидка 1000 руб. на iBox-терминал
- Скидка 500 руб. на iBox-терминал

Затраты на рекламу за месяц и год

Каналы рекламы	Месяц, тыс руб	Год, тыс. руб.
1	2	3
Реклама в местах продаж	130 000	1 560
Интернет реклама	160 000	1 920
Реклама в СМИ (радио)	90 000	1 080
Реклама со стороны партнеров	20 000	240 000
Рекламные сувениры	40 000	480 000
Всего	440 000	5 280 000

Анализ экономической эффективности за месяц

Основные показатели	Без рекламы	С Рекламой	Рост, %	Рост с рекламой, %
Продажи, руб	275 000	825 000	283%	197%
Рентабельность продаж, %	50%	50%	0%	0%
Прибыль, руб	137 500	412 500	283%	197%

Анализ экономической эффективности за год

Основные показатели	Без рекламы	С Рекламой	Рост, %	Рост с рекламой, %
Продажи, руб	3 300 000	9 900 000	396%	364%
Рентабельность продаж, %	50%	50%	0%	0%
Прибыль, руб	1 650 000	4 950 000	396%	364%

Как показал анализ экономической эффективности рекламных мероприятий в ООО «МБТ-ГРУПП» затраты на рекламу не только окупаются, но и позволяют компании иметь стабильный прибыльный доход.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!