

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА И
ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА, РАБОТ,
УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ
ОАО «АРВД»

Выполнила:
Студентка 481 гр.
Плиско Ольга

Введение



Выставки занимают важное место в маркетинге. Их достоинство – возможность представить потребителю товар в подлинном виде и действии.

Характеристика предприятия



ОАО «Агентство рекламно – выставочной деятельности Омской области» осуществляет профессиональную деятельность в области организации выставочных и конгрессных мероприятий, активно взаимодействует с федеральными и региональными структурами государственной власти и профессиональными организаторами деловых мероприятий.

Основные направления деятельности:

- Организация собственных выставок в Омске на базе областного Экспоцентра.
- Организация деловых мероприятий в Конгресс-холле областного Экспоцентра.
- Размещение гостевых выставочных и конгрессных мероприятий.
- Организация региональных выставочных экспозиций на российских и зарубежных выставках



Выставочно-конгрессные площадки

- Областной Экспоцентр расположен на пересечении оживленных городских магистралей в самом востребованном торговом районе левобережной части Омска
 - 10 минут до исторического центра города
 - 30 минут до железнодорожного вокзала
 - 15 минут до аэропорта «Омск-Центральный»

Ежегодно на выставочно-конгрессных площадках ОАО «Агентство рекламно – выставочной деятельности Омской области» проходит около 200 мероприятий



Выставочный зал – 7000 м2

Это современная выставочная площадка, оснащенная оборудованием, отвечающим последним тенденциям выставочной индустрии.

Выставочный конструктор «Sodem Systems» позволяет застраивать выставочные экспозиции различной тематической направленности, монтировать конференц-залы и зоны переговоров с количеством мест от 20 до 300.



Конгресс-холл

Введен в состав Экспоцентра в 2011 году. На 4-х этажах общей площадью 6 тыс. м² разместились выставочные помещения, оборудованные всем необходимым презентационным оборудованием и современной мебелью конференц-зал на 450 мест, два зала на 200 человек, 1 зал на 50 мест, комнаты для переговоров. Конгресс-центр стал лицом региона, центром его деловой жизни, местом, где созданы условия для проведения деловых мероприятий на самом высоком уровне





Генеральный директор
ОАО «Агентство по рекламно-
выставочной деятельности
Омской области»
Федюнин Вячеслав Валерьевич
тел. (3812) 40-80-17

Адрес: 644074, Россия, г. Омск, ул. 70 лет Октября,
25/2 Телефон: +7 (3812) 40-80-17
Факс: +7 (3812) 40-80-09
E-mail: expo@arvd.ru
Сайт: www.arvd.ru

Требования к специалисту по маркетингу и его должностным характеристикам



□ широкая профессиональная подготовка, выходящая за рамки узкой специализации;

□ понимание важности своего подразделения для выполнения тех задач и решения тех проблем, стоящих перед предприятием;

□ оптимизм и способность влиять на других людей, решительность и умение побудить других к действию;

□ способность не только создавать совершенные

□ преданность предприятию и планы маркетинговых коммуникаций, но

□ способность к исправлению своих ошибок и точно выполнять эти планы;

□ умение убеждать людей;

□ физическая и духовная выносливость, способность поддерживать нормальные деловые отношения с другими специалистами, склонность к лидерству.

Сегментирование рынка

Потенциальными потребителями ОАО «Агентство по рекламно-выставочной деятельности» являются экспоненты выставок: организации, нуждающиеся в продвижении, имеющие четкие цели и задачи, инструктаж и мотивацию. Организации, которые способны заинтересовать, путем личного контакта с потенциальным покупателем. Организации, знающие инструменты эффективного участия в выставке.

Методы и способы продвижения рекламных услуг

Сайт организации является наиболее эффективным рабочим инструментом для посетителей и участников выставок. На нем можно найти разнообразную полезную информацию: познакомиться с выставочными планами АРВД, получить необходимые сведения о прошедших и готовящихся выставках и их организаторах, узнать о новостях выставочного бизнеса, в том числе от участников и организаторов выставок.

АГЕНТСТВО РАЗВИТИЯ И ИНВЕСТИЦИЙ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ЧЛЕН РОССИЙСКОГО СОЮЗА ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК

г. Омск, ул. 70 лет Октября, д. 25, к 2
тел.: (3812) 40-80-17

Смотреть на карте

В f

II ТОРГОВЫЙ ФОРУМ СИБИРИ

ВЫСТАВКИ ЭКСПОНЕНТАМ УСЛУГИ НОВОСТИ О КОМПАНИИ КОНТАКТЫ

Имя выставки	Дата проведения	Описание
Омский IT-форум	26 февраля 2016 — 27 февраля 2016	Площадка для взаимодействия предприятий IT-сферы, промышленных предприятий, талантливой молодежи.
Специализированная выставка "Фестиваль моды"	7 апреля 2016 — 9 апреля 2016	Мастер-классы по макияжу, причёске и визажу. Ноттевой сервис. Новинки fashion-индустрии.
Специализированная выставка "СТРОЙИНДУСТРИЯ СИБИРИ"	14 апреля 2016 — 16 апреля 2016	Современные возможности строительной отрасли. Новейшие технологии. Оборудование. Строительные и отделочные материалы.

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Бюджет маркетинга

Информация о сумме бюджета данной организации является корпоративной тайной. Маркетинговые расходы формируются двумя основными способами. Первый связан с процентом от выручки или прибылью. Второй подход подразумевает, что основными факторами при расчете маркетингового бюджета должны стать цели и задачи компании на конкретном этапе развития. Расходы на маркетинговые исследования, брендинг и пр. Затраты на маркетинг включают также расходы на маркетинговую проработку услуг, бонусы партнерам и скидки.



Стратегия развития маркетинга в организации

Разработка стратегии маркетинга - это программно-целевой подход к деятельности предприятия. Если такой стратегии нет, предприятие всегда будет отставать от своих конкурентов. Именно поэтому ОАО «АРВД» предлагает вниманию клиентов новые мероприятия, которые запланированы задолго до их реализации. Перечень предлагаемых мероприятий можно просмотреть на официальном сайте организации arvd.ru.

Задачи стратегического планирования данного рекламного агентства сводятся к следующему:

1. Планирование роста прибыли.
2. Увеличение доли рынка и доли реализации рекламных услуг за счет новых видов деятельности и качества.
3. Улучшение социальной политики организации.

Заключение

Во время прохождения практики мной были выявлены и изучены требования целевой группы потребителей - экспонентов из г. Омска и других городов России; изучены методы планирования деятельности компании; проведено анализирование сегментации рынка; наблюдение за применением правовых норм на практике; выявление конкурентов (таких как ООО «ПЭЙСЕРВИС», Москва; ООО «СО-АРКОМ-ГРАД», Москва; ООО «АКСО», Санкт-Петербург и др.). Планирование стратегии маркетинга ОАО «АРВД» выделяет несколько важнейших задач, таких как: планирование роста прибыли; увеличение доли рынка и доли реализации рекламных услуг за счет новых видов деятельности и качества; улучшение социальной политики организации. и т.д.

Спасибо за внимание!