

# Организация и совершенствование управления рекламной деятельности, на примере TOO Kitchen House



*Гранкина Екатерина  
Константиновна*

# МЕТОДОЛГИЯ НАСТОЯЩЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ



1

**Цель** – организация, планирование и разработка мероприятий для повышения эффективности рекламной деятельности

2

**Объект** - ТОО Kitchen House (г.Алматы).

3



**Предмет** – рекламная деятельность компании

4

**Задачи:**

Определение сущности рекламы, специфики планирования и управления, а также оценка эффективности рекламной деятельности и другое.



# Определение рекламы



Реклама представляет развернутые или краткие сведения о продаваемом товаре (услуге).



Реклама имеет ограниченный процесс действия.



Реклама создает уникальный способ интеграции продавца с покупателем, через создание призыва к совершению покупки.

# Основные средства распространения рекламы



!!! С развитие рыночной экономики появляются другие,  
не менее эффективные каналы и инструменты рекламной деятельности.

## Характеристика компании TOO Kitchen House



TOO Kitchen House динамично развивающаяся компания по реализации и изготовлению кухонной мебели из Италии, Польши и России . Мы более 8 лет на рынке города Алматы и области.



Каталог материалов компании насчитывается более 500 расцветок.



В салоне представлена мебель самых разных стилей от классики до модерна.



Ценовой диапазон от среднего до premium - класса.



# Основные технико-экономические показатели за январь-апрель 2018 года

## Экономические

Январь-февраль 2018

Март-апрель 2018

### Показатели

года (тенге)

года (тенге)

Выручка от реализации

5 550 206

6 604 610

Валовая прибыль

2 036 900

2 950 680

Прибыль от реализации

2 250 380

3 190 330

Себестоимость реализованной

6 360 580

6 890 320

продукции

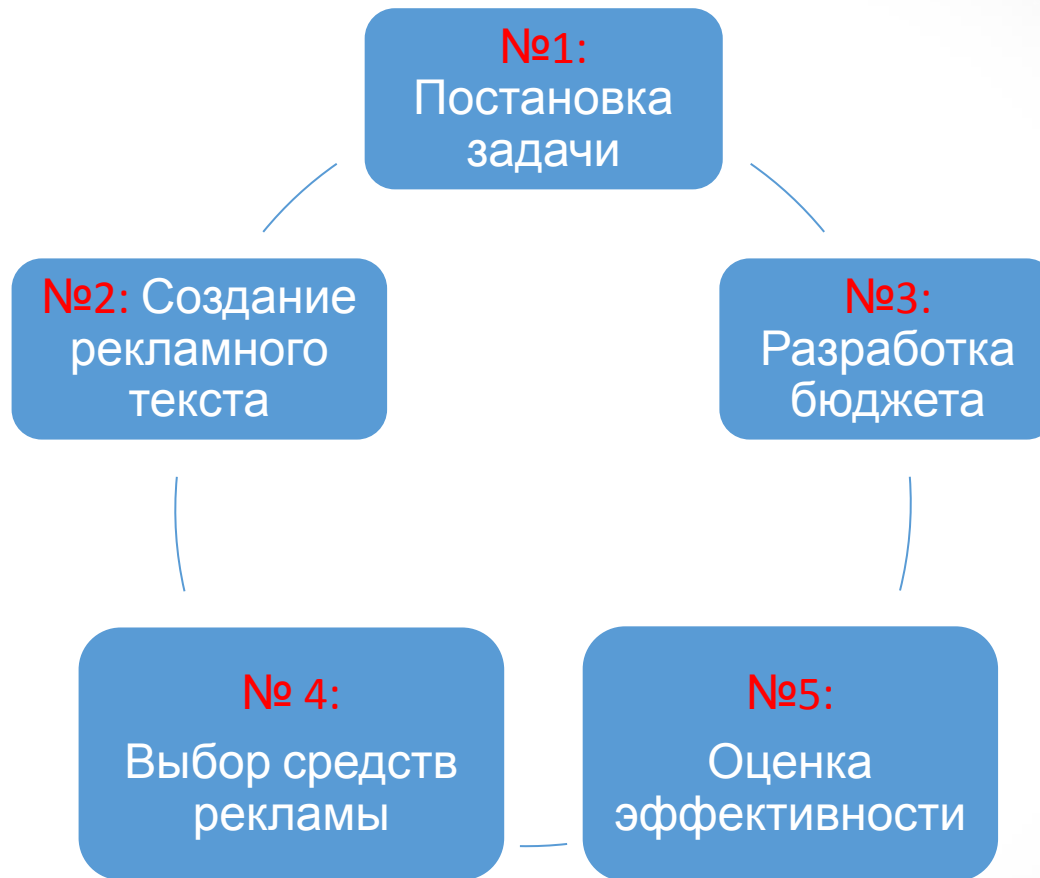
!!! Приведенные данные в таблице свидетельствуют о стабильной экономической эффективности компании. Так, ТОО Kitchen House имеет все предпосылки дальнейшего роста, и как следствие увеличения продаж мебельной продукции.



# Процесс планирования рекламной политики



TOO Kitchen House имеет в штате 1 специалиста по рекламе.



!!! Рекламная кампания – это система взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающих конкретный период времени и комплекс рекламных средств для достижения конечной цели.



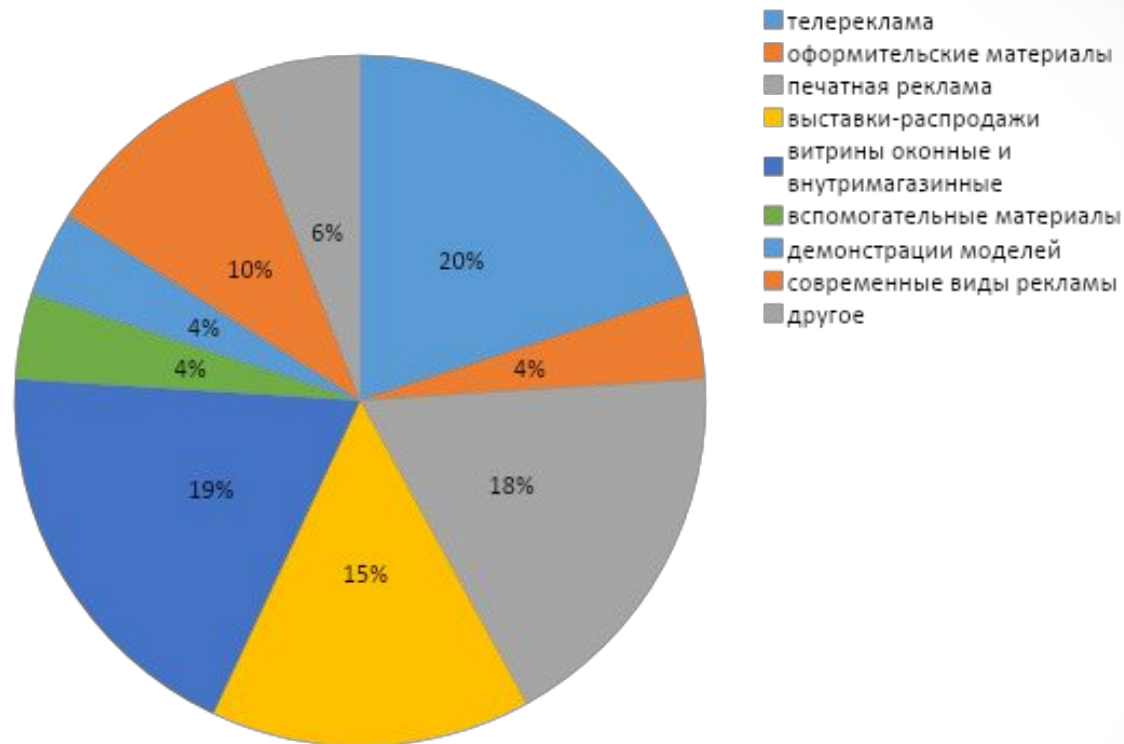
# Схема осуществления рекламного процесса TOO Kitchen House



**!!!** Оценка экономической эффективности рекламных мероприятий зависит от надежности определения воздействия рекламы на конечный результат (то есть увеличение прибыли).



# Показатели использования рекламных средств в салоне Kitchen House



!!! Реклама Kitchen House располагает обширным арсеналом средств, позволяющим получить значительный эффект. В разные периоды используются необходимые каналы продвижения рекламы. С целью определения эффективности рекламы проводится выборочное анкетирование клиентов салона.

# Примерная стоимость проведенной рекламной компании «Скидки -50% при покупке кухни»

№	Мероприятия	Содержание	Общая стоимость за 1 месяц, тенге
1	Ролик на радио	Ролик информационный 30 сек.	65 000
2	Наружная реклама	Билборд на центральной улице	104 000
3	Пресса	Цветной макет в газету	30 000
4	Телевидение	6 выходов в день / 30 сек.	80 000
5	Сайт и соц. сети	Информация о скидках и акциях	Бесплатно
	ИТОГО:		279 000 тенге



!!! Для более успешной интеграции Kitchen House проводит для своих покупателей рекламные мероприятия.

# Преимущества рекламной деятельности TOO Kitchen House



Реклама ориентирована на предпочтения покупателей

Известные и проверенные поставщики мебели

Широта ассортимента

Четко выделенный целевой сегмент покупателей

Достаточно высокий уровень сервиса

# Недостатки рекламной деятельности



Недостаточно развиты каналы обратной связи с покупателями




Выделение незначительных сумм для рекламного бюджета




Нехватка в рекламном отделе дополнительной штатной единицы

**!!!** Таким образом, компания стремится к лидерству на своем целевом рынке, но продвижение товара в компании развито на недостаточно высоком уровне.


# Рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности компании




Для достижения рекламного сообщения до нужной целевой аудитории необходимо выбрать те средства, которые без труда смогут достичь цели.




Выбор нескольких популярных телевизионных каналов и размещение там рекламы преимущественно в вечерних блоках новостей.



Доработка или изменение структуры корпоративного сайта (включение раздела «отзыв» и меню «цена товара»).



Рассмотреть возможность укомплектования штатной структуры еще одной единицей для отдела маркетинга.



!!! Используя предложенные рекомендации по выбору средств рекламы, компания значительно увеличит число потенциальных покупателей, осведомленных о деятельности ТОО Kitchen House, его продукции и услугах.

**Спасибо за  
внимание!**

