

# Цели маркетинга

Целью плана маркетинга является увеличение прибыли на 8% за год, расширение доли на рынке до 30% за год за счет вывода на рынок новых видов рекламы.

# Маркетинговая стратегия

**Целевой рынок:** физические и юридические лица;

в основном частные фирмы, нуждающиеся в продвижении своих товаров/услуг.

**Позиционирование:** продвижение товаров/услуг

с помощью несколько видов рекламы

Стратегия относительно рыночной доли нашего предприятия – наступление.

Стратегия в зависимости от рыночного спроса – развивающая.



# Комплекс маркетинга

**Услуга:** ввиду новизны некоторых услуг необходимо обеспечить выход на рынок проекционной рекламы

**Цена:** при выводе услуги на рынок обеспечить цены ниже, чем у конкурентов. Цену на услугу в целом следует удерживать на уровне цен конкурентов до тех пор, пока наше имя не станет узнаваемым

**Обслуживание:** доступное и быстрое обслуживание.

**Сбыт:** увеличить прибыль на 8%, обеспечить высокое качество обслуживания клиентов, увеличить число посредников.

| Мероприятие  | Инструменты   | Стоимость |
|--|---|-----------|
| Рассылка коммерческого предложения по факсу                        |   |           |
| Создание собственного сайта и продвижение его в поисковых системах |   | 130 000   |
| Реклама в Интернет   | Баннеры, визитки, вирусный маркетинг (ролик)  | 60 000    |
|  | Партизанский маркетинг (мониторинг упоминаний о компании, нейтрализация негативных отзывов, скрытая реклама на форумах) |           |
| Самореклама  | Проекция своей визитки на зданиях Н.Н., визитки на билбордах, создание группы «в контакте»                              |           |
|  | Специальное мероприятие – праздник для детей из детских домов. Проходить будет на улице с использованием проектора.     | 50 000    |
|  | Семинары для потенциальных клиентов, выставки брендинговых стеллажей.   | 10 000    |

**Единовременный бюджет маркетинга 250 000 руб.**