

# 1. Реклама в СМИ

---

# Реклама в СМИ

- Реклама в прессе, журнале
- Реклама на телевидении
- Реклама на радио

В настоящий момент действуют 67 организаций, занимающихся размещением рекламы в СМИ. К ним можно отнести:

- «Алькасар регион Нижний Новгород»
  - «Белый Лев»
  - «Выбери радио»
  - «ИнфоАрт»
  - «Медиа-бюро»
  - «Пилот-РА»
  - «СпецМедиа»
-

# Возможности и Угрозы

## Возможности:

- спрос на рекламные услуги по-прежнему превышает предложение

## Угрозы:

- не наработанная база организаций, которые будут с нами сотрудничать
  - риск снижения цен из-за действия конкурентов
-

# Необходимые инвестиции

- Компьютер (2 шт.) – 60 тыс. руб.
- Чёрно-белый лазерный принтер – 6 тыс. руб.
- Факс аппарат – 3 тыс. руб.

Общий бюджет: 69 тыс. руб.

---

# **2. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА**

---

# Что это такое?

**Наружная реклама** — рекламные средства в виде вывесок, наружных плакатов, щитов, перетяжек, витрин, козырьков, световых экранов, лайтбоксов, брендмауэров, световых установок на зданиях, улицах и обочинах дороги.

---

# РЫНОК

- Ежегодная динамика роста рынка рекламы в Н.Новгороде - 35%
  - Нижегородский рынок наружной рекламы насчитывает **787** организаций, имеющих отношение к изготовлению, размещению наружной рекламы.
-

# Возможности и Угрозы

**- возможность занятия лидирующего положения на всем рекламном рынке среди других видов рекламы**

**- Угроза передела рынка из-за ситуации вокруг технического регламента-упорядочения установки рекламных щитов относительно красной линии**

**-возможность охвата новых целевых аудиторий за счет появления более современных технологий- голограмм, стереоэффектов, flash-анимаций**

**- монополизация рынка наружной рекламы**

# Необходимые инвестиции

- Металлические конструкции (10 штук) - **700 000 руб.**
- Материалы для создания баннеров, растяжек и световых коробов - **300 000 руб.**
- Широкоформатный струйный принтер б/у - **400 000 руб.**
- Программное обеспечение Adobe Photoshop CS6 – **20 000 руб.**

**Итого: 1,42 млн. руб.**

---

# **3. POS-материалы.**

## **Брендбук.**

---

# Что это такое?

**POS** - это материалы, способствующие продвижению бренда или товара на местах продаж.

- **POS-материалы** служат для дополнительного привлечения внимания и эффективного продвижения товаров.
  - **POS-материалы** являются примером **BTL-рекламы**.
-

# Конкуренты

- «Гудвин»
  - «ИКС Дизайн»
  - «Market Board»
  - «АРР»
  - «М20»
  - «Паровоз»
  - «АПР»
  - «Экспресс»
  - «Promo-SV»
-

# Что необходимо?

## Основное оборудование:

- ПК с определенным набором программного обеспечения.
  - Сканеры и допечатное оборудование;
  - печатное оборудование
  - Оборудование для трафаретной печати и термопереноса
-

# Брендбук

## Основные составляющие брендинга:

- нейминг
- создание логотипа
- разработка рекламного слогана
- позиционирование продукта

## Основные конкуренты:

- «СГД KHROME»
  - ООО «Эм энд Би Групп»
  - ООО «IQLine»
  - «Лемон»
  - «С-n-C Group»
  - «m2media»
  - «Арбайт»
  - «Промграфика»
-

# Возможности и угрозы

## Возможности:

- расширение ассортимента,
- развитие информационных технологий

## Угрозы:

- ожесточение конкуренции,
- изменение вкусов и потребностей клиентов,
- инфляционные процессы

**Необходимое Оборудование: ПК + специализированное ПО**

---

# **4. Изготовление и продажа печатной рекламной продукции.**

---

# Что это такое?

Оперативная полиграфия является одной из самых востребованных услуг для современного бизнеса:

- **брошюры и каталоги**
  - **корпоративные издания**
  - **ВИЗИТКИ**
-

# Конкуренты

- «Авангард Принт»;
  - «АГТ-Приволжье»;
  - «Оливер»;
  - «Имиджпром»;
  - «Деком»;
  - «Sprinto»;
  - «Срочно!»;
  - «РИА»;
  - «Типограф»;
  - «Центр оперативной печати».
-

# Характеристика



- **Необходимые инвестиции 1 327 143 руб.**
  - **КФУ** - современные технологии, качественное оборудование
  - **Основная угроза развития** - дефицит кадров, высокая конкуренция.
-

# **5. Спонсорская деятельность**

---

# Что это такое?

- **Спонсорская деятельность** в социальной области представляет собой соглашение делового характера между какой-либо компанией и одним из благотворительных обществ
-

# Возможности и угрозы

## Преимущества, которые получает спонсор:

- ✓ Признание официальным спонсором ресурса
- ✓ Возможность эксклюзивной трансляции
- ✓ Демонстрация личностных преимуществ

## Проблема:

- ✓ Спонсорство – занятие затратное, реализуется в долгосрочной перспективе и не предполагает результата «здесь и сейчас».
-

# 6. Кадровый консалтинг

---

# Что это такое?

- Подбор кадров, которые могут органично дополнить друг друга по своим деловым качествам
  - Подбор топ-менеджеров, правильное распределение между ними функций и полномочий
  - Формирование команды людей, которые готовы работать вместе в рамках осуществляемого ими бизнес-проекта.
  - 
  - Формирование системы мотивационных и смысловых установок
-

# РЫНОК

## Н.Новгород

- 80 организаций предоставляющих услуги кадрового консалтинга

## 7 крупных организаций

- «Агентство Премьер-консалтинг, Центр Кадровых Технологий»
  - «Проврезерв, Центр деловых услуг»
  - «Гид-профи, Кадровое агентство»
  - «Бизнес & кадры, Кадровое агентство»
  - «Кадровые решения, Агентство по подбору персонала»
  - «Рекадро»
  - и др.
-

# Что необходимо?

- Офис с хорошей отделкой/ремонтom
  - Опытные кадры
    - HR – менеджеры
    - PR - Менеджер
    - Бухгалтер (возможен аутсорсинг)
    - Юрист
  - Крупные клиенты (3-5 крупных)/ наработанные связи
  - Опыт работы в данной сфере  
Директора/управляющего бизнесом
-

# Барьеры.Инвестици.

## Барьеры:

- Отсутствие дешевых, подготовленных кадров
- Высокие затраты на «переманивание» кадров
- Достаточное кол-во конкурентов

## Необходимые Инвестиции:

от 500 000 руб.

---

# 7. Специальные мероприятия

---

# Что это такое?

- **Специальные события** - это мероприятия, проводимые компанией в целях формирования позитивного имиджа организации и привлечения внимания общественности к самой компании (продукту)
  - Презентации
  - Показы
  - Арт-проекты
  - Благотворительные проекты
  - Аукционы
  - Приемы
-

# РЫНОК И КОНКУРЕНТЫ

- Event-индустрия в Н.Новгороде развивается все более интенсивно
- Более **100** агентств занимаются организацией специальных событий
- Каждое агентство в зависимости от позиционирования определяет для себя наиболее перспективные направления

## **Ведущие event-агентства:**

- Ивент-холдинг «BQ»
  - «АРТ ПРЕМИУМ»
  - SUN&Stars Организация мероприятий (Сан&Старс),
  - «Студия Сюрприз»
-

## Возможности:

- Развитие партнерских отношений
- Отношения с органами государственной власти.
- Благотворительность и спонсорство
- Формирование доброжелательных отношений с населением, другими организациями и предприятиями, муниципальной властью
- Развитие корпоративных коммуникаций для работы со СМИ

## Угрозы:

- Непрофессионализм в организации и подготовке мероприятий, существует риск быстро надоест ЦА
- Несоответствие мероприятия ЦА
- Уменьшение числа мероприятий, не предполагающих активность аудитории

# Бюджет

- Бюджет варьируется в зависимости от вида мероприятия и индивидуальных предпочтений клиентов
  - Минимальная сумма затрат – **150 000** руб.
-

# **8. Организация маркетинговых исследований.**

## **Медиапланирование.**

---

# Что это такое?

- **Маркетинговые исследования** — изучение, прогноз рынка товаров и услуг, спроса и предложения, поведения потребителей, рыночной конъюнктуры, динамики цен с целью лучшего продвижения товаров на рынок, увеличения их сбыта, продаж.
-

# РЫНОК

- **60%** - организаций проводят исследования собственными силами
- **25%** - компаний привлекают внешние организации
- **15%** - используют смешанный вариант

**Нижегородский рынок:** 58 организаций, оказывающих услуги по проведению маркетинговых исследований.

---

# Что необходимо?

Оборудование	Персонал
Компьютер	Директор по маркетинговым исследованиям (средняя з/п 45000 руб.)
Интернет	Специалист по обработке данных (средняя з/п 20000- 40000 руб.)
<b>Программное обеспечение:</b> - Программы для проведения маркетинговых исследований; - Программы для работы с текстовыми массивами; - Информационно-аналитические онлайн-системы; - Статистические программы; - Геоинформационные системы; - Маркетинговые пакеты «полного цикла» Средняя стоимость 10000-25000 руб.	Аналитик (средняя з/п 20000- 40000 руб.)
	Директор, отвечающий за «полевую» работу (средняя з/п 30000 руб.)
	Анкетер (средняя з/п 8000-15000 руб.)

# Медиапланирование

**Медиапланирование** — составление медиапланов (расписаний показов рекламных материалов), планирование рекламных кампаний, основа которого заключается в выборе медианосителей для доставки рекламного сообщения.

**Н.Новгород: 69** организаций, которые оказывают услуги медиапланирования.

**Наиболее крупные:**

АГТ-Приволжье, Add Style, Алькасар, АпельсиН, А3 Групп, Белый Лев, Волга Медиа, Звезда, Кварта, М20, Медиа-Новатор, MediaNet.

# Угрозы

- рекламодатели часто некорректно формулируют цель рекламной кампании;
  - недостаток информации о медиапредпочтениях и данных мониторинга;
  - недостаток времени для разработки качественного медиаплана;
  - финансовые возможности рекламодателей.
-

# Что необходимо?

- Специализированное ПО
- пакет медиаметрических данных:
  - Galileo,
  - PaloMARS,
  - Super Nova,
  - WorkStation,
  - PROBA-Media,
  - CRATE,
  - DataFriend
  - OptiMedia,
  - Медиа-Планер.

**Стоимость программ: 20 000- 40 000 рублей.**

---

**Специалист в данной области: МЕДИАПЛАНЕР.**

# **9. Изготовление сувенирной продукции.**

---

# Сувениры

- **Рекламные сувениры** – это самый выгодный способ для компании убить сразу двух зайцев: и внимание уделить и напоминание о себе оставить.

## Наиболее популярные категории:

- Ручка
  - Значок
  - Брелок
  - фирменная
  - Футболка
  - чашка.
-

# РЫНОК

- Стадия активного роста
  - Потенциал роста 15-20% в год
  - Рынок сувенирной продукции занимает ~ 6% от объема рекламного рынка
-

## Возможности

- Уникальные новые технологии для печати
- Тенденция увеличения спроса VIP сувениров на 7%.
- Значительная часть клиентов составляют не крупные компании, а предприятия малого бизнеса

## Угрозы

- Сезонный характер
- Выраженная динамика ассортимента
- Высокий уровень конкуренции (154 компании)
- Недостатки во внешнеторговой политике.

# Необходимые инвестиции

	Минимальная сумма , руб.	Максимальная сумма, руб.
Оборудование	164 150	367 000
Программное обеспечение	23 000	85 000
Заработная плата работников	51 000	75000
Сырье и заготовки для изготовления 600 сувениров	17 300	54 000
Итого	255 450	581 000

---

# **10. Баннерная реклама. Поисковая и контекстная реклама. SMO.**

---

# Баннерная реклама

## Конкуренты



## Н.Новгород:

- все компании, занимающиеся рекламой в интернете мало предлагают баннерную рекламу,
- основную конкуренцию нам составляют **фрилансеры**.

## Перспективы развития:

- мало компаний, занимающихся flash баннерами.

## Что необходимо:

- Требуется 2 человека, один художник, один Flash Designer.

---

- Затраты на оборудование и ПО - **90 000 руб.**

# Поисковая и контекстная реклама

- Не нужна квалификация кадров для размещения такой рекламы - много конкурентов в данной сфере

## Перспективы

- Такой вид рекламы хорошо таргетирован,
- Намного лучше банерной рекламы.

TOP7

 **ВебПроекты**  
мы создаем и продвигаем  
продающие сайты

[WWW.NN.RU](http://www.nn.ru)  
НИЖНИЙ  
НОВГОРОД

# SMO

## Перспективы

- Широкое развитие социальных сетей

## Кадры

- Специалистов по SMO не существует,
  - в основном это «микс» из веб дизайнера, SEO специалиста, SMO Специалиста.
-

# Социальные сети и блогосфера

- Рекламой в соц. сетях может заниматься любой человек,
  - необходимо просто размещать готовый материал.
  - Материал создают специалисты по контекстной рекламе баннерам.
  - Такой вид рекламы отдельно практически не существует
  - Высокий потенциал в следствии большого количества онлайн пользователей
-

**The End.**

---