

**СВОТ**

Вставишь сама

# Цели плана маркетинга

1. Завоевание прочного места в пятерке ведущих РА полного цикла в Нижнем Новгороде
2. создание положительного имиджа агентства (создать узнаваемый бренд)
3. формирование имени компании в деловых кругах.
4. создание разнообразного, интересного и красочного портфолио.
5. выход на региональные рынки



# Маркетинговая стратегия

Стратегия «PR Team» - стать лидером на рынке рекламных услуги сувенирной продукции среди агентств полного цикла Нижегородской области.

«PR-Team» позиционируется как агентство полного цикла услуг, обеспечивающее достижение конкретных результатов клиентов независимо от размеров бюджетов на рекламу.

# Выбор ценовой стратегии

Цены на предоставляемые услуги в целом следует удерживать на уровне цен конкурентов до тех пор, пока агентство не станет узнаваемым - стратегия средних цен.



# Предоставляемые услуги

- изготовление и продажа сувенирной продукции
- мерчендайзинг
- размещение и изготовление наружной рекламы
- размещение рекламы на ТВ и радио
- организация мероприятий
- создание и продвижение сайтов

# План продвижения

## 1)Цели:

- Привлечь новых клиентов, увеличить известность компании на рекламном рынке.
- занять лидирующую позицию на рынке Нижнего Новгорода.

## 2)Задачи:

- Позиционировать агентство «PR-Team», как профессиональную команду в области рекламной и сувенирной продукции.
- Занять лидирующие позиции на данном сегменте рынка Нижнего Новгорода.

## 3)Целевая аудитория:

- Государственные и коммерческие организации
- Люди со средним и высоким уровнем дохода

# Продвижение

Средства продвижения, которые использует агентство «PR-Team» использует:

- рекламу на радио
- создание информационного сайта
- реклама на баннерах
- проведение бизнес семинаров
- продвижение в социальных сетях
- распространение сувенирной продукции при проведении семинаров
- спонсорская деятельность

# Бюджет продвижения

| Статья расходов:                  | 1кв     | 2кв   | 3кв   | 4кв          |
|-----------------------------------|---------|-------|-------|--------------|
| Реклама на радио                  | -       | -     | 40000 | -            |
| Создание сайта                    | 5 500   | 4000  | 4000  | 4000         |
| Реклама на баннерах               | 10000   | 10000 | 10000 | 10000        |
| Проведение бизнес семинаров       | 12600   | 12600 | 12600 | 12600        |
| Продвижение в соц. сетях          | 147 000 | -     | 49000 | -            |
| Сувенирная продукция на семинарах | 15300   | 15250 | 15300 | 15250        |
| Спонсорская деятельность          | -       | -     | -     | 15000        |
| <b>Итоговая сумма продвижения</b> |         |       |       | <b>42000</b> |





# Оценка эффективности

- Мониторинг средств массовой информации
- Маркетинговый опрос
- Подсчет "обратной связи"



# Ожидаемые результаты:

- Привлечение известных клиентов (наработка клиентской базы);
- Налаживание связей в деловых кругах;
- Рост узнаваемости агентства (создание положительного имиджа);
- Занятие определенной доли рынка (25-30%);
- Выход на региональные рынки.

