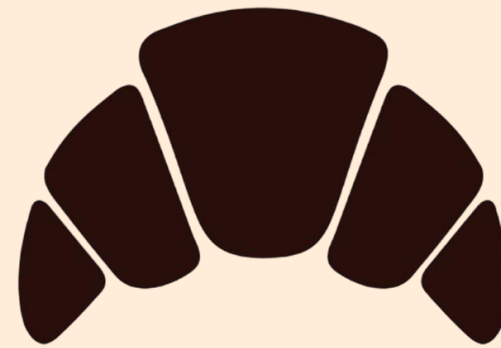


КЕЙС №2:

От пекарни Farina  
Ватрушкина

Команда: Doramine



*farina*<sup>®</sup>  
ВАТРУШКИНА

# ЗАДАЧА №1:

Определить маркетинговые мероприятия для увеличения числа продаж в выходные дни.



# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



**Профиль:** девушки и женщины в возрасте от 24 до 45 лет, живущие в Красноярске, мамы, замужем, со средним и чуть выше уровнем дохода. Работающие онлайн или в офисе. Для них важным критерием является быстрота обслуживания, уровень качества продукции и наличие позиции для детей.

# СКИДКИ СЕМЬЯМ С

## ДЕТЬМИ

В выходные дни, в определённые промежутки времени (например, с 13:00 до 15:00), придя в заведение вместе со своим ребёнком, будут действовать **скидки** на определённые позиции меню (например, булочки с повидлом или сгущёнкой), что позволит привлечь больше клиентов в выходные.



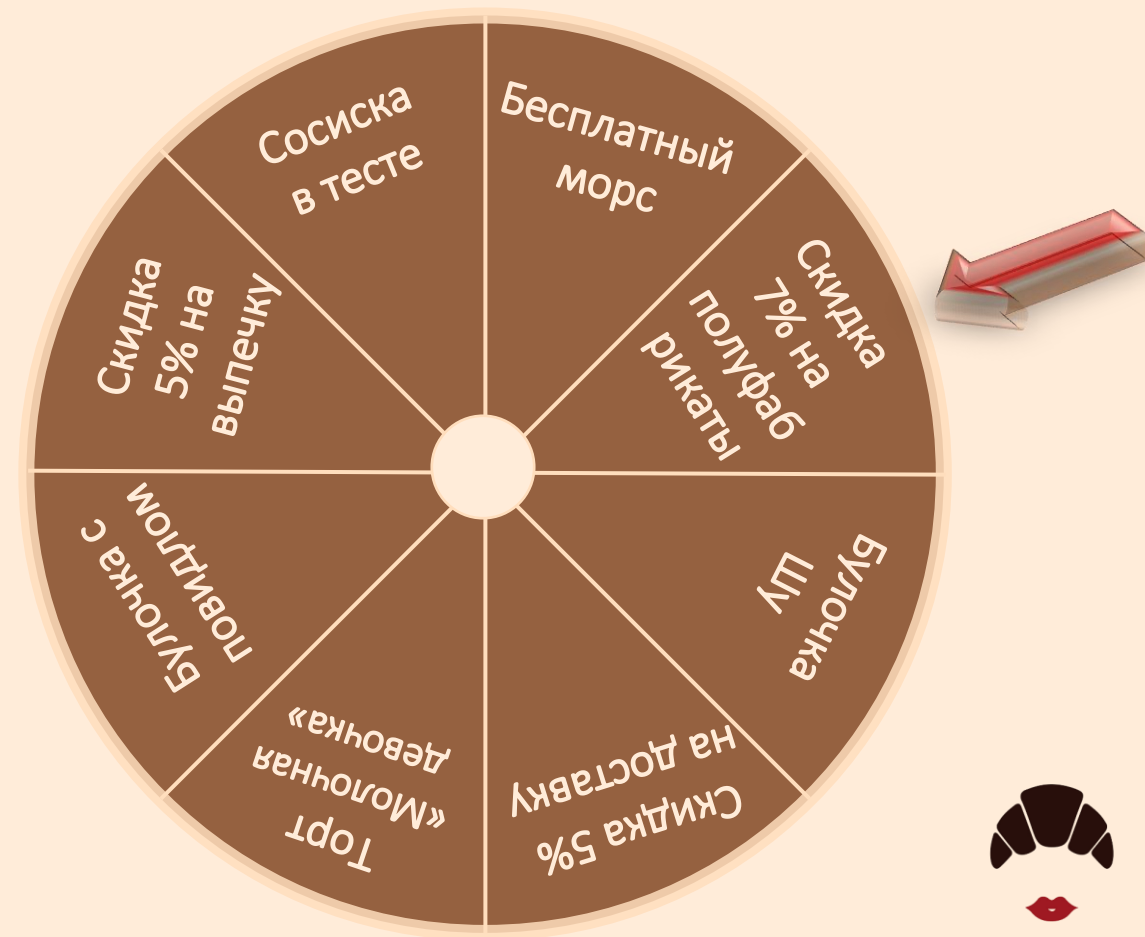
# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



**Профиль:** молодые люди в возрасте от 20-30 лет, живущие в Красноярске, замужем/не замужем/ в отношениях, имеют средне-специальное или высшее образование, работают онлайн или в офисе, для них важным критерием является наличие акции/бонусных программ.

# КОЛЕСО УДАЧИ

Совершив покупку на **сумму от ~400** рублей, посетителям будет предложено прокрутить **колесо удачи**, в котором можно выиграть бесплатный десерт/выпечку, получить скидку на продукцию/доставку. Элемент азарта и возможности что-то выиграть будет дополнительно стимулировать потребителей к покупкам. Помимо этого, **акция** будет доступна только **в выходные дни**.



# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



**Профиль:** молодые люди в возрасте от 18-24 лет, живущие в Красноярске, в отношениях, имеют средне-специальное или высшее образование, ведущие активный образ жизни, для них важным критерием являются вкусовые качества продукции, разнообразие ассортимента.

# ДЕГУСТАЦИИ

Проведение **дегустаций** продукции **по выходным дням** в определенные часы может способствовать **повышению проходимости** в заведении, следствием чего будет **повышение количества заказов**.





# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



**Профиль:** молодые девушки и парни в возрасте от 18-24 лет, живущие в Красноярске, имеющие средне-специальное или высшее образование, любят гулять, проводить время с семьей, для них важным критерием являются наличие различных напитков.

# ВВЕДЕНИЕ СЕЗОННЫХ

## НАПИТКОВ / ЛИМОНАДОВ

В жаркое время года особенно сильно хочется утолить жажду, в то время как зимой, есть желание наоборот – прийти в уютное место и согреться. Так, на сезон **весна-лето** наиболее актуальными могут стать **домашние лимонады**, а на **осень-зиму** – согревающий **глинтвейн/пунш** (безалкогольные). В выходные дни данные напитки будут наиболее **актуальны**, так как многие проводят время на прогулке и приобретают напитки. Также **в выходные дни** будет предложена **акция 1+1**



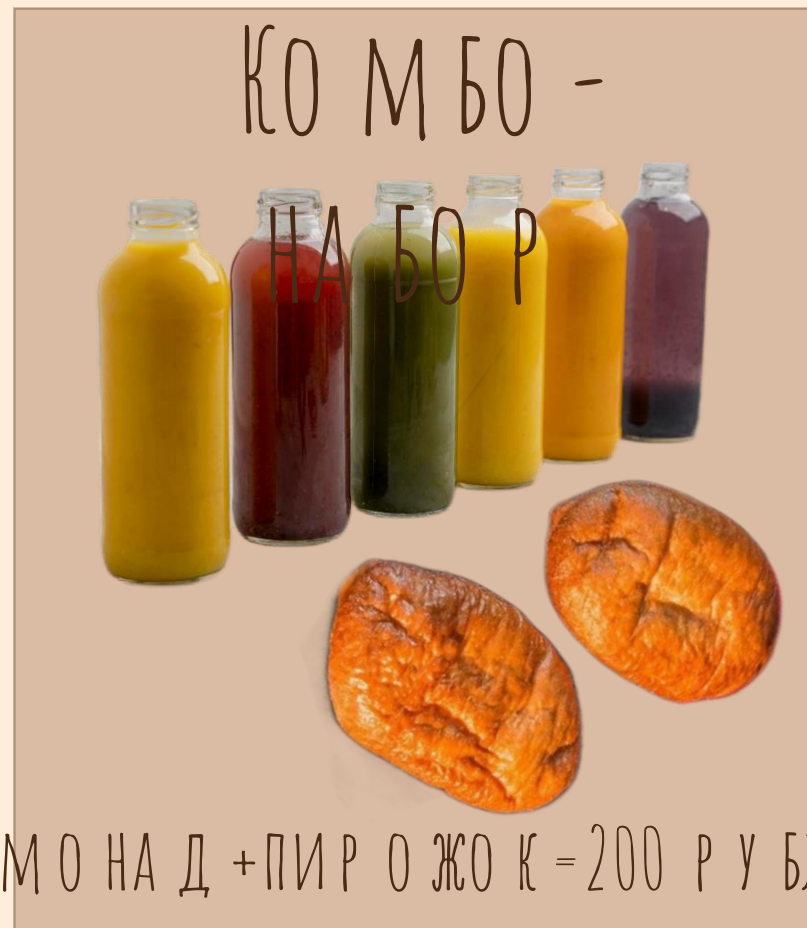
# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



**Профиль:** молодые девушки и парни в возрасте от 18-24 лет, живущие в Красноярске, имеющие средне-специальное или высшее образование, для них важным критерием является возможность быстрого выбора и доступные цены.

# КОМБО - НАБОРЫ

Создание **специальных наборов**, позволяющих не выбирать желаемое слишком долго, а также **СЭКОНОМИТЬ** на этом, будет дополнительным стимулом к покупке у потребителей. Так, в выходные дни можно сделать **наиболее выгодные наборы**, чтобы количество чеков увеличивалось.

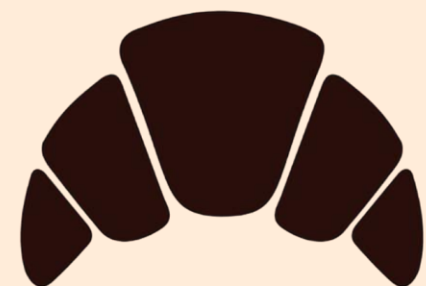


ЛИМОНАД + ПИРОЖОК = 200 РУБЛЕЙ



## ЗАДАЧА №2:

Спроектировать медиа-план мероприятий для развития группы ВК.



*farina*<sup>®</sup>  
ВАТРУШКИНА

# МЕ Д И А П Л А Н

## Медиаплан рекламной компании ВКонтакте "Farina ватрушкина"

Характеристика каналов					
Каналы коммуникаций	Формат	География	Модель закупа	Стоимость за единицу в руб.	Охват
Таргетированная реклама в ВК	Универсальная запись	г. Красноярск (2 км от пекарни)	Показы	50	до 10 000
	Запись с кнопкой (Переход на чат бот для прохождения теста о выявлении предпочтений ЦА, чтобы получить скидку)	г. Красноярск (2 км от пекарни)	Клики	70	до 10 000
Паблики города	Продающий пост	г. Красноярск	Показы	-	-



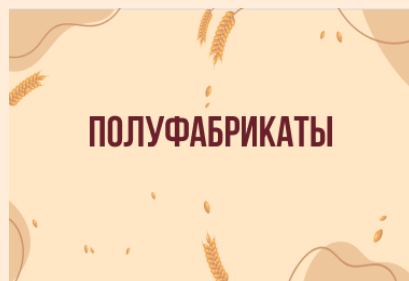
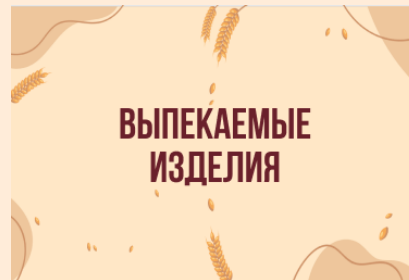
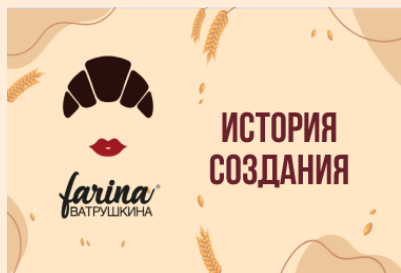
# К О Н Т Е Н Т - П Л А Н



Рубрика	Подрубрика	Тема	Формат	1 июня	2 июня	3 июня	4 июня	5 июня	6 июня	7 июня	8 июня	9 июня	10 июня	11 июня	12 июня	13 июня	14 июня	15 июня	16 июня	17 июня	18 июня	19 июня	20 июня	21 июня	22 июня	23 июня	24 июня	25 июня	26 июня	27 июня	28 июня	29 июня	30 июня			
Бренд-контент	Обзор меню	Разделы по меню	Текст / фото	■							■					■																				
		Новинки	Текст / фото		■						■													■												
		Сезонные предложения	Текст фото/клипы			■							■										■													
		«Попробуйте вместе»	Текст / фото				■							■																			■			
Интересные факты о компании	История создания	Текст / фото					■											■																		
	Знакомство с командой	Текст / фото / видео		■										■												■										
Отзывы клиентов	Клип «Честные отзывы от детей»	Видео				■											■																			
	Отзывы покупателей	Видео / фото							■				■																				■			

# БРЕНД-КОНТЕНТ. ОБЗОР МЕНЮ

РАЗДЕЛЫ ПО МЕНЮ ДЛЯ  
СООБЩЕСТВА





# БРЕНД-КОНТЕНТ. ОБЗОР МЕНЮ



## РАЗДЕЛЫ ПО МЕНЮ

Ознакомление покупателя о продукции пекарни. Расписать его вкусовые особенности и его состав.



## НОВИНКИ

Пирожные в виде сердца, малины, цыплёнка, чтобы привлечь внимание детей.



## СЕЗОННЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Хотим обрадовать вас сезонными напитками! Мы прекрасно знаем, что в жару хочется утолить жажду, поэтому представляем вам наши домашние лимонады.



## «ПОПРОБУЙТЕ ВМЕСТЕ»

Вкус из детства -  
Шаньга + морс

Деловой перекус -  
Круассан+ кофе

Молодёжный-  
лимоннад+ сосиска в  
тесте

# БРЕНД-КОНТЕНТ. ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТЫ О

## КОМПАНИИ

ИСТОРИЯ

СОЗДАНИЯ

Как пришла идея создать  
компанию?

Почему выбрали данное название  
пекарни?

Интересные факты пекарни

История создания логотипа

ЗНАКОМСТВО С

КОМАНДОЙ

Мини- видео с сотрудниками  
пекарни

Интересные факты о команде

Посты о каждом сотруднике,  
которые внесли особый вклад в  
развитие пекарни

# БРЕНД-КОНТЕНТ. ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ

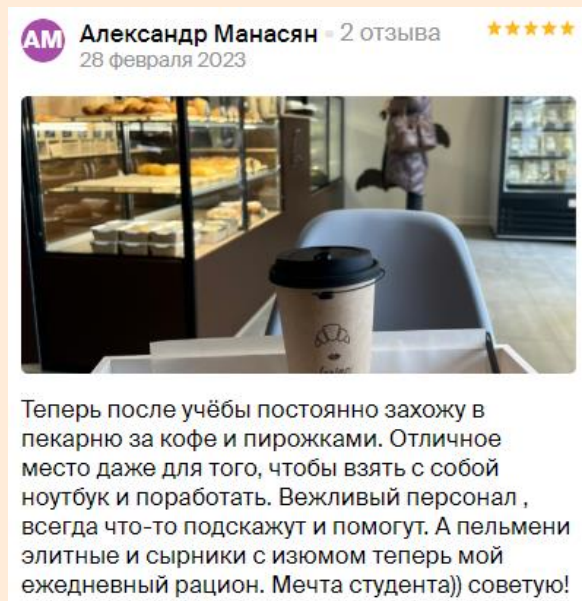
## КЛИП «ЧЕСТНЫЕ ОТЗЫВЫ ОТ ДЕТЕЙ»

Мини ролики с отзывами детей о продукции, дегустирование новинок, ассортимента пекарни



## ОТЗЫВЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Выкладывать отзывы в постах





# БР Е Н Д - К О Н Т Е Н Т . З А К У Л И С Ь Е П Е К А Р Н И

ВИ Д Е О О Б З О Р  
П Р И Г О Т О В Л Е Н И Я

Х Л Е Б О Б У Л О Ч Н Ы Х И З Д Е Л И Й  
Фрагмент приготовления изделия  
напрямую с производства



З А Б А В Н Ы Е С Л У Ч А И

Видео контент, фото, история о  
забавных и курьёзных случаях  
произошедших на производстве и в  
пекарне

# БРЕНД-КОНТЕНТ. ДОСТАВКА

## ВОЗМОЖНОСТЬ ДОСТАВКИ ПРОДУКЦИИ

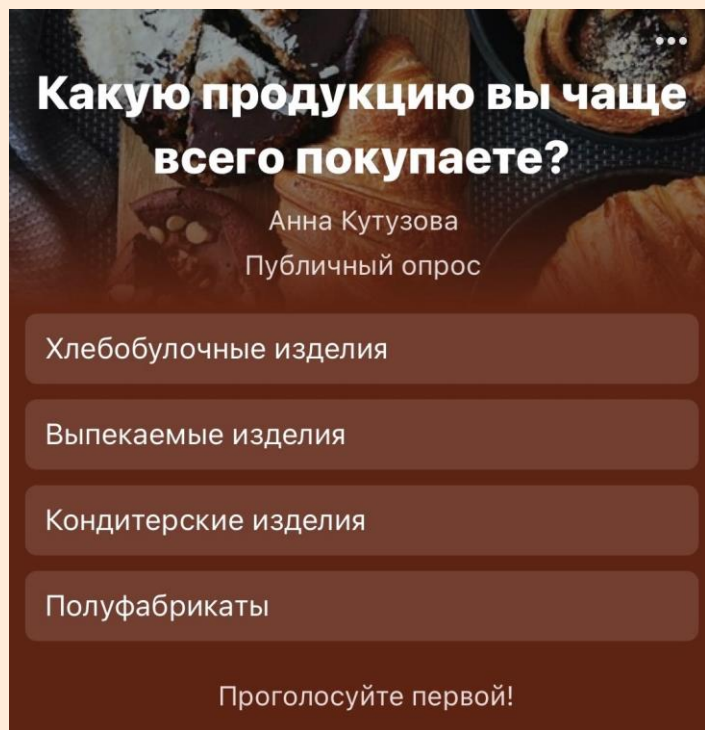
Доставка осуществляется через такие сервисы, как Яндекс.еда и Delivery Club





# ВО ВЛЕКАЮЩИЙ. ОПРОС

КАКУЮ ПРОДУКЦИЮ ЧАЩЕ  
ВСЕГО ПОКУПАЕТЕ?



КАКАЯ ВАША ЛЮБИМЫЙ ТОРТ?  
(ОТВЕТ В КОММЕНТАРИИ  
С МАЙЛИКОМ)





# ВО В Л Е К А Ю Щ И Й . Р О З Ы Г Р Ы Ш

## ПОДАРОК 3 СЧАСТЛИВЧИКАМ ЗА РЕПОСТ

### *РОЗЫГРЫШ*

*1 место - торт  
«Молочная девочка»*

*2 место - скидка 50%  
при заказе от 1000 руб.*

*3 место - бесплатная  
трубочка с белковым  
кремом и чай*

Мы решили провести конкурс!

Подарим 3 счастливым что-то сладкое и не только

Условия участия:

1. Быть подписанным на сообщество в ВК
2. Сделать репост записи к себе на страничку

Итого конкурса подведём через неделю!

Желаем всем удачи!

# ВО ВЛЕКАЮЩИЙ. АКЦИИ И

## СКИДКИ

АКЦИИ

В ВЫХОДНОГО ДНЯ

ПРОЙДИ ТЕСТ И  
ПОЛУЧИ СКИДКУ

ОБЛАЧНО, ВОЗМОЖНЫ  
ОСАДКИ В ВИДЕ

СКИЛОК!

Колесо удачи



Тест о предпочтениях потребителей в выборе продукции и получи скидку 10 % на любую продукцию пекарни.



# К О Н Т Е Н Т - П Л А Н

Рубрика	Подрубрика	Тема	Формат	1 июня	2 июня	3 июня	4 июня	5 июня	6 июня	7 июня	8 июня	9 июня	10 июня	11 июня	12 июня	13 июня	14 июня	15 июня	16 июня	17 июня	18 июня	19 июня	20 июня	21 июня	22 июня	23 июня	24 июня	25 июня	26 июня	27 июня	28 июня	29 июня	30 июня
Развлекательный	Клипы ВК	Процесс готовки	Видео																														
		Новинки	Видео																														
	Развлекательный контент	Развлекательный контент	Видео																														

# РАЗВЕКАТЕЛЬНЫЙ. КЛИПЫ ВК

## ПРОЦЕСС ГОТОВКИ

Процесс готовки (замешивание теста для хлеба, украшение кондитерских изделий и т.д.)



## НОВИНКИ

Обзор продукции, её дегустация



РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ. РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ

КОНТЕНТ

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

Юмор связать с пекарней,  
снимать трендовые видео



## ЗАДАЧА №3:

Установить дополнительные каналы сбыта и набор ассортимента для предлагаемых мероприятий.



*farina*<sup>®</sup>  
ВАТРУШКИНА

# ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

## СБЫТА

**Школы** – рядом с пекарней находится школа №1 и лицей №28. Вполне возможно заключить договор с данными образовательными учреждениями на поставки своей выпечки в столовые.

**Создание своей доставки** – несмотря на то, что у компании уже есть доставка на Яндекс.Еде, немаловажным будет наличие своего сайта и доставки для повышения узнаваемости. Не имея должного уровня осведомлённости у клиентов, доставка в Яндексе не является особо эффективной.

**Поставки на объекты общественного питания** – сотрудничество с небольшими кафе/кофейнями, ассортимент которых можно будет дополнить своей продукцией, пойдёт на пользу обеим сторонам.

**Маленькие магазины** – договоры на поставки своей продукции в маленькие магазины могут быть дополнительным каналом сбыта.

**Партнёрство** – возможность продажи своей продукции под чужим товарным знаком (как, например, делает Ашан).

# ОБЩИЕ

## РЕКОМЕНДАЦИИ

Для решения поставленных задач, предприятию необходимо делать следующее:

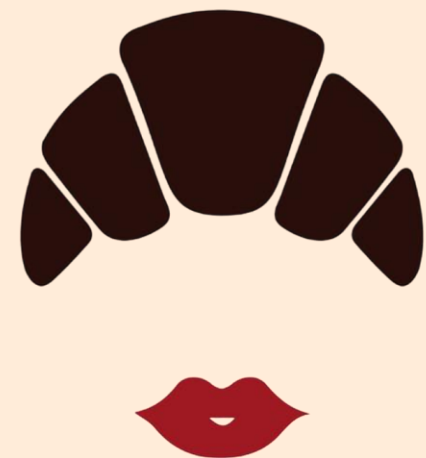
- Делать упор на семьи с детьми
- Больше взаимодействовать со своей аудиторией
- Следовать трендам и вводить актуальные позиции в меню
- Проводить акции более вариативно, с большим интересом для потребителя
- Искать возможность для партнёрства, сотрудничества
- Пытаться выходить на новые рынки





## ЗАДАЧА №4:

Обосновать социально-экономическую эффективность от предлагаемых мероприятий.



*farina*<sup>®</sup>  
ВАТРУШКИНА

# СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ

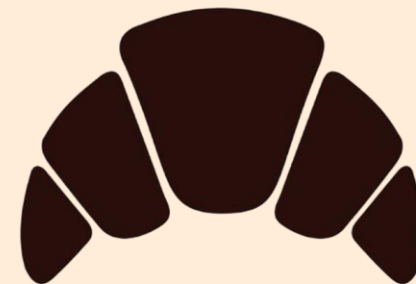
СОЦИАЛЬНЫЕ

- Качественная выпечка для населения города
- Повышение осведомленности населения о приготовлении хлебобулочных и кондитерских изделий
- Поддержание традиций и культуры региона, где находится пекарня, через производство и продажу местных хлебобулочных изделий
- Улучшение качества жизни местных жителей, предоставляя им доступ к свежей и качественной выпечке

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ

- Увеличение объема продаж и выручки за счёт улучшения качества продукции
- Повышение среднего чека заведения за счёт введения новых акционных программ
- Развитие бренда за счёт развёрнутого контент-плана
- Расширение клиентской базы и увеличение лояльности потребителей благодаря высокому качеству продукции и удобному расположению пекарни.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



*farina*<sup>®</sup>  
БАТРУШКИНА