

МАМЕНДЖЕРЫ



Иванова Яна Кудрявцева Юлия Козырева Ева

Уральский государственный экономический университет

МАМЕНДЖЕРЫ



Кейс №5 от АО ВК «Красноярская ярмарка»



Кейс №5 от АО ВК «Красноярская ярмарка»

Описание кейс-ситуации:

Широкий набор конкурентных преимуществ позволяет осуществлять маркетинговые мероприятия для различных сегментов рынка. Отмечено отсутствие заинтересованности у целевой аудитории по участию в выставочно-ярмарочных событиях ввиду низкой осведомленности о возможностях по увеличению продаж товаров или оказания услуг.

Рассматриваемые события:

«Сибирь православная», «Эксподрев», «Ярмарка здоровья», «Дни старшего поколения», «Осень на даче»

МАМЕНДЖЕРЫ



1. Целевая аудитория

- **«Сибирь православная»:** церкви, храмы; православные; заинтересованные в теме социальных, просветительских и благотворительных программах; духовные центры.
- **«Эксподрев»:** преимущественно мужчины старше 30 лет; компании, связанные с лесозаготовкой и т.д.; специалисты этой сферы (лесники, столяры и т.д.); возможно выпускники или студенты данной специальности; заинтересованные и разбирающиеся в теме лесоизготовления, деревообработки и мебельной промышленности.
- **«Ярмарка здоровья»:** врачи; мед. Сотрудники; люди с ЗОЖ; магазины правильного питания; аптеки; фитнес-тренеры; фитнес-центры; заинтересованные в методах оздоровления организма, основ здорового образа жизни и натуральными средствами лечения.
- **«Дни старшего поколения»:** пенсионеры; люди старше 50 лет; люди среднего возраста, заинтересованные в улучшении качества жизни старшего поколения;
- **«Осень на даче»:** преимущественно люди старше 50 лет; люди, заинтересованные в ведении домашнего хозяйства (садоводы, дачники и т.д.)

МАМЕНДЖЕРЫ



2. Комплекс маркетинговых мероприятий.

- **«Сибирь православная»**

- организация различных лекций и семинаров на такие темы, как традиционные духовные ценности, нравственность, православные праздники и традиции;
- ознакомительная экскурсия по значимым храмам города;
- установить точку, где будут раздавать мини-иконы.

- **«Эксподрев»**

- организация конкурса среди участников/посетителей выставки;
- приглашение молодого поколения на производственную практику;
- ознакомительные мастер-классы.

МАМЕНДЖЕРЫ



2. Комплекс маркетинговых мероприятий.

- **«Ярмарка здоровья»**

- проведение акций, направленных на отказ от вредных привычек;
- выдача каждому участнику скидку на аптечные товары;
- проведение мастер-классов по оздоровительному массажу, оказанию первой помощи и т.д.;
- подарки участникам в виде бесплатного пробного занятия в фитнес-центр.

- **«Дни старшего поколения»**

- телевизионная реклама с участием людей старшего поколения, ориентированная на их пожелания и потребности, с целью привлечения большего количества людей;
- выдача каждому участнику скидку на аптечные товары;
- приглашение участников выставки в пенсионные объединения.

- **«Осень на даче»**

- - проведение мастер-классов у селекционеров;
- - подарки участникам.

МАМЕНДЖЕРЫ



3. Маркетинговый аудит группы ВК

ПОДПИСЧИКИ	18 395
ЛАЙКИ	1612
КОММЕНТАРИИ	48
РЕПОСТЫ	521
ER (коэффициент вовлеченности аудитории), %	11,86%
ПОСТЫ	116
ПРОСМОТРЫ	254 833

МАМЕНДЖЕРЫ



3. Маркетинговый аудит группы ВК

Чтобы усовершенствовать группу в ВК, можно создать команду, в которую будут входить SMM-специалист, графический дизайнер, маркетолог. Так, улучшится качество рекламы, оформление группы, что в дальнейшем привлечет новых пользователей и потенциальных клиентов.

Примерные затраты на реализацию: 75 000 руб. в месяц

SMM-специалист	20 000
Графический дизайнер	25 000
Маркетолог	30 000

4. Социально-экономический эффект от предлагаемых мероприятий.

После предлагаемых мероприятий предполагается рост заинтересованности населения в посещении данной площадки (что в дальнейшем приведет к росту прибыли), а также привлечение нового сегмента аудитории (что позволит расширить список возможных мероприятий).

4. Социально-экономический эффект от предлагаемых мероприятий.

Предполагаемая прибыль до реализации маркетинговых мероприятий: **39 200 000 руб.**

Предполагаемая прибыль после реализации маркетинговых мероприятий: **66 640 000 руб.**

(за 4 месяца проведения данных выставок)

Затраты на продвижение – **75 000 руб.** в месяц

Далее посчитаем рентабельность инвестиций **(ROMI)**

ROMI = (Прибыль – Расходы)/Расходы * 100%

Предполагаемая прибыль за 1 месяц – **16 660 000 руб.**

(16 660 000-75 000)/75 000 * 100% = 221,13%

Таким образом, все используемые методы продвижения являются эффективными, поскольку показатель рентабельности выше 100%