

ОЧКИ КОТЛЕРА

Кейс 5. Кейс от АО ВК
«Красноярская ярмарка»



Мы - студенты 3 курса Уральского
Государственного Экономического Университета
направления Маркетинг

О Ч К И • • •
К О Т Л Е Р А
• • • • • • •
• • • • • • •
• • • • • • •
• • • • • • •
• • • • • • •
• • • • • • •

Анастасия
Байкина

Анна
Узлова

Макар
Гаспарян

Ксения
Бондарева



Научный
руководитель:
Изакова Наталья
Борисовна -
кандидат
экономических наук,
доцент

КЛЮЧЕВАЯ ЦЕЛЬ:

формирование эффективного комплекса маркетинговых мероприятий для привлечения дополнительного числа посетителей с учетом возможных ограничений и поставленных задач.

ЗАДАЧИ:

1. Определить целевую аудиторию для следующих событий: «Сибирь православная», «Эксподрев», «Ярмарка здоровья», «Дни старшего поколения», «Осень на даче»;
2. Разработать комплекс маркетинговых мероприятий для перечисленных событий;
3. Провести маркетинговый аудит группы ВК и предложить проект по ее совершенствованию;
4. Спрогнозировать социально-экономический эффект от предлагаемых мероприятий.

+ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ СОБЫТИЯ «СИБИРЬ ПРАВОСЛАВНАЯ »

- + Верующие христиане и люди, интересующиеся темой православия и ведущие православный образ жизни
- + Студенты и преподаватели духовных учебных заведений, которые изучают православие в целом и отдельные его области как предмет
- + Люди, интересующиеся историей православия и его влиянием на культуру и общество
- + Приверженцы христианства, транслирующие свои религиозные воззрения через творчество и желающие приобщить к этому людей.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ СОБЫТИЯ «ЭКСПОДРЕВ »



Компании, занимающиеся добычей и обработкой древесины



Производители деревянных изделий



Менеджеров по производству, лесничеству, технические специалисты, маркетологи и другие сотрудникам, связанные с древесиной и ее продуктами



Люди, заинтересованные в новых технологиях и методах добычи, обработки и использования древесины, а также в экологически чистых и устойчивых методах производства



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ СОБЫТИЯ «ЯРМАРКА ЗДОРОВЬЯ»



Доктора, продвигающие здоровый образ жизни и лечение натуральными природными средствами



Компании, изготавливающие оборудование для леченой физкультуры и фитнеса



Представители различных направлений медицины, использующие в своей практике традиционные и нетрадиционные методы сохранения здоровья



Фармакологические компании, изготавливающие БАДы, витаминно-минеральные комплексы и антиоксиданты



Компании, производящие органические диетические продукты питания



Спортивные федерации и центры развития



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ СОБЫТИЯ «ДНИ СТРАШЕГО ПОКОЛЕНИЯ»



Предприятия медицинской, правовой, социальной, досуговой, страховой и юридической сфер, заинтересованных в обеспечении комфортной старости для населения 50+ лет.



Компании, занимающиеся производством инклюзивного оборудования



Предприятия, организующие лечебно-профилактические туры в санатории



Государственные и частные образовательные организации



Благотворительные организации



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ СОБЫТИЯ «ОСЕНЬ НА ДАЧЕ »



Компании, производящие удобрения и подкормки, а также средства, защищающие растения от вредителей



Садоводы-любители, презентующие самостоятельно выращенные овощи и растения



Компании, производящие товары для загородного ремонта и строительства



Представители садовых питомников



Компании, производящие одежду для сада и огорода, а также различные предметы инвентаря



Компании, производящие материалы и инструменты для оформления садового пространства

МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

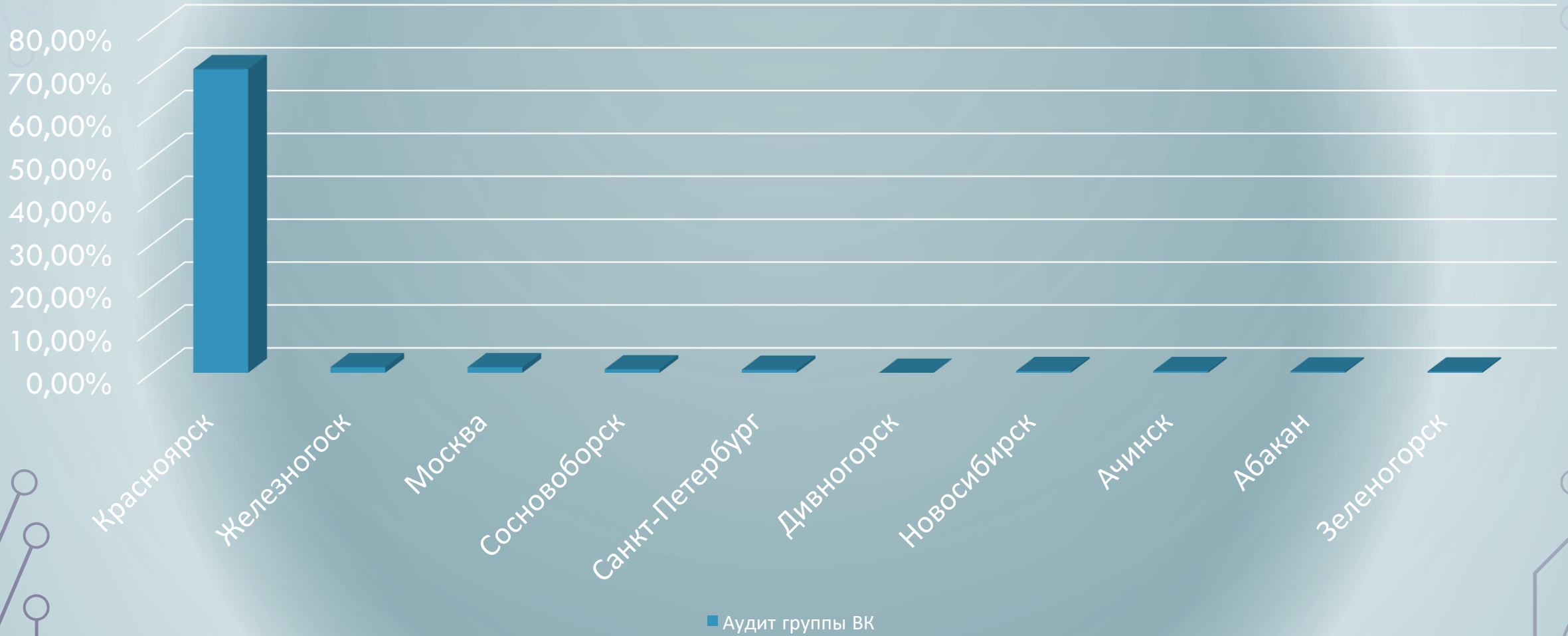
Повышение узнаваемости

Создать индивидуальный стиль, упаковать группу ВК (сделать шапку, создать контент-план, ввести хештеги для навигации между различными мероприятиями и выставками), с помощью текстов доносить основные смыслы и ценности

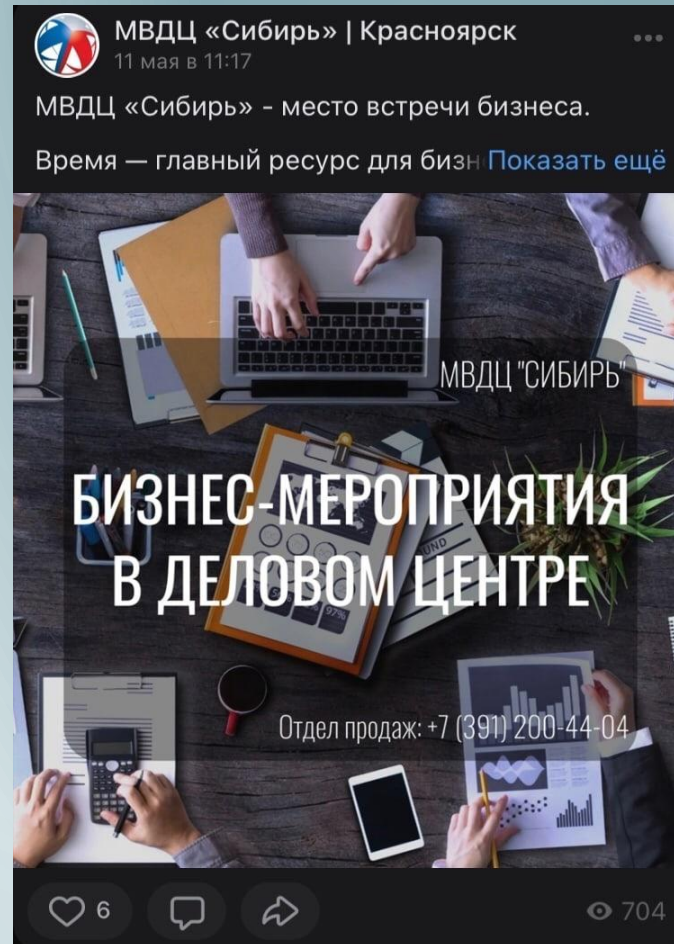
Подогрев перед мероприятиями

Email-рассылка, таргетированная реклама, пресс-релизы и публикации в сми, отраслевых изданиях, реклама на радио, сотрудничество с лидерами мнений.

Аудит группы ВК



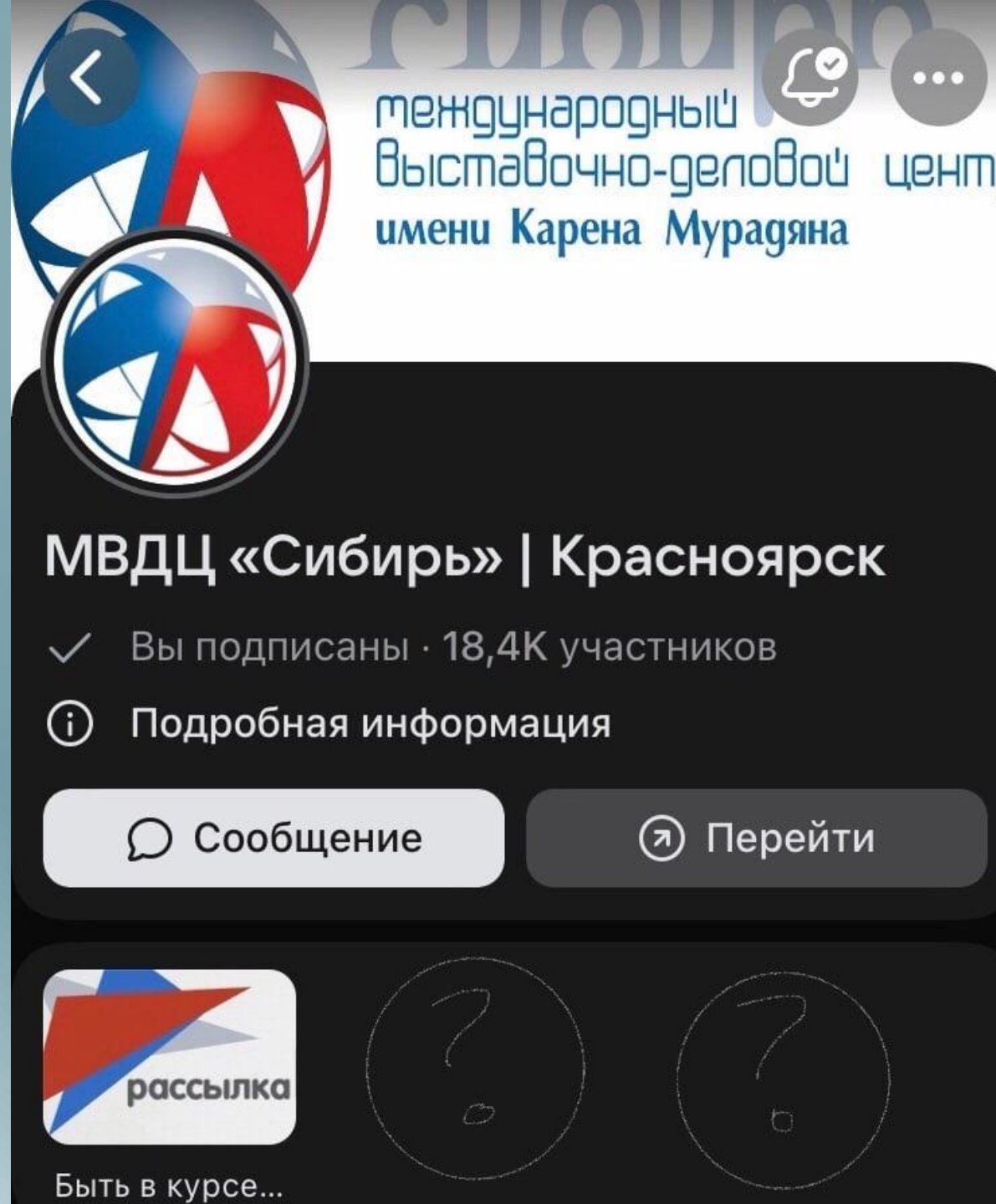
Аудит группы ВК



Устаревший дизайн, непривлекательное визуальное оформление(отсутствие единого стиля)

Отсутствие разнообразия в меню.

Необходимы дополнения, здесь должны быть собраны самые важные аспекты группы.



Рекомендации:

Необходимо оценить эффективность обложки, аватарки и названия. От них частично зависит переход в группу и дальнейший ее просмотр.

Выявить в какой день охват и активность были выше всего и какие посты вышли в этот день.

Добавить разнообразия в постах. Экспериментировать с объемом текста, публиковать видеообзоры, аудио- и фотоподборки, инфографику, делать опросы и конкурсы. Не заикливаться на одних буквах - лента должна быть интересной.



КОНТЕНТ-ПЛАН

Тип контента:

Вовлекающий

Продающий



Обучающий



Развлекательный



	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Время (ежедневно после 14:00-15:00)	Писать посты по предстоящим мероприятиям, которые направлены на свою ЦА	Больше писать о форумах, которые предполагают дополнительные услуги. А также о возможности проводить различного вида мероприятия	Рассказывать о прошедших мероприятиях и прикреплять дополнительную информацию в виде ссылок на компании, которые участвовали, а также обучающий контент по ним	Писать посты по предстоящим мероприятиям, которые направлены на свою ЦА	Устраивать конкурсы в группе ВК с возможностью выиграть приз	Рассказывать о прошедших мероприятиях и прикреплять дополнительную информацию в виде ссылок на компании, которые участвовали, а также обучающий контент по ним	Проводить обратную связь с участниками группы и устраивать конкурсы

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

Предложенные меры помогут повысить узнаваемость выставочного центра “Сибирь” и осведомленность о его роде деятельности; сформировать образ, который будет интересовать и притягивать внимание потенциальных участников выставок и форумов.

Правильное донесение смыслов и выгод участия в форуме позволит сформировать ценность для участников, а мероприятия, направленные на продвижение конкретных событий позволят привлечь максимально целевую аудиторию, тем самым обеспечив широкий охват областей знаний и заполненность выставочного пространства.

О Ч К И ● ● ●
К О Т Л Е Р А
● ● ● ● ● ● ●
● ● ● ● ● ● ●
● ● ● ● ● ● ●
● ● ● ● ● ● ●
● ● ● ● ● ● ●

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ