



ПЕКАРНЯ

Кейс №2

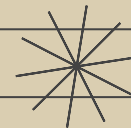
Команда «Продуктивчик»
Полина Попп, Екатерина Порсина,
Анастасия Томилова, Екатерина Романова



01*

Маркетинговые
мероприятия для
увеличения числа
продаж в выходные дни





1) Акции и специальные предложения: Создайте выгодные предложения, такие как скидки, подарки или акционные цены на определенные хлебобулочные изделия в выходные дни. Это может привлечь больше покупателей, заинтересованных в получении выгодной сделки.

Пример: при покупке 2 булок хлеба, третья - бесплатно, торт Анна Павлова только в выходные по стоимости 89р/100гр, при покупке торта Красный бархат грибочки со сгущёнкой в подарок

2) Продуктовые дегустации: Организуйте бесплатные дегустации изделий в магазине или на улице в выходные дни.

Позвольте потенциальным покупателям попробовать ваши продукты, чтобы они смогли оценить их качество и вкус.

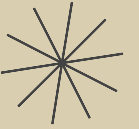
Это поможет привлечь внимание и вызвать интерес к вашим изделиям.

Пример: Устроить дегустацию пирогов с курицей, рыбой и яблоками

3) Реклама и промоакции: Разместите рекламу в местных газетах, на радио, телевидении и интернете, чтобы сообщить о специальной акции или предложении в выходные дни. Используйте социальные сети и электронную рассылку для достижения более широкой аудитории.

Пример: сделать рекламное объявление на Радио Сибирь, Красноярск FM, в газетах: Городские новости, Наш Красноярский край





4) Партнерство с другими бизнесами: Рассмотрите возможность установления партнерства с кафе, ресторанами или гостиницами, чтобы предложить свои изделия в их заведениях. Это может привлечь новых клиентов и расширить вашу аудиторию.

Пример: Сотрудничество с гостиницей Smart Hotel Kdo, которая расположена при вокзале Красноярска, так как большая проходимость

5) Привлечение детей: Создайте специальные программы или активности для детей в выходные дни. Например, проведите мастер-классы по выпечке или организуйте детские конкурсы и игры. Родители, приходящие с детьми, могут также приобрести хлебобулочные изделия.

Пример: Проведение мастер-классов для детей по сладким пирожкам, булочкам

6) Лояльность и программы поощрения: Внедрение программы лояльности



02*

Медиа-план мероприятий для развития группы ВК

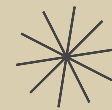


Геотаргетинг: г. Красноярск. Период кампании: 30 дней.



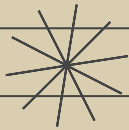
Площадка	Формат	Аудитория	Частота показов	Прогноз количества просмотров	Прогноз количества кликов	Прогноз количества лидов
Таргетированная реклама						
Вконтакте	Пост в ленте новостей, видеореклама	Женщины и мужчины в возрасте (20-35 лет) студенты, работающие, владельцы малого бизнеса, предприниматель	3	35000	70	7
	stories, reels	Женщины и мужчины в возрасте (20-35 лет) студенты, работающие, владельцы малого бизнеса, предприниматель	3	28500	40	7
	Реклама с кольцевой галереей (карусель)	Женщины и мужчины в возрасте (20-35 лет) студенты, работающие, владельцы малого бизнеса, предприниматель	3	30000	45	7
Контекстная реклама						
Яндекс Поиск	Баннер, текстовые объявления	Бизнес, реклама	3	37000	90	6
Google AdWords Поиск	Баннер, текстовые объявления	Бизнес, реклама	3	36000	100	6
E-mail маркетинг						
Почта	Письмо информационное	Потенциальные клиенты		1200	100	7

03*



Дополнительные каналы
сбыта и набор ассортимента
для предлагаемых
мероприятий





1) Организация доставки продукции: можно разработать программу доставки свежей выпечки и других продуктов пекарни по предварительному заказу. Для этого нужно заключить договоры с транспортными компаниями, которые будут осуществлять доставку до дома или офиса клиентов.

2) Создание интернет-магазина: можно создать сайт с каталогом продукции и возможностью онлайн-заказа. Для этого нужно разработать дизайн сайта, наполнить его контентом, настроить систему оплаты и доставки.

3) Расширение ассортимента: можно добавить в меню пекарни новые виды хлебобулочных изделий, например, безглютеновые или вегетарианские продукты. Также можно предложить клиентам свежие салаты, десерты и напитки.

4) Организация кейтеринга: можно предложить услуги кейтеринга для мероприятий, таких как свадьбы, корпоративные вечеринки и т.д. Для этого нужно разработать меню, определить цены и наладить систему доставки.

5) Расширение сети филиалов: можно открыть новые филиалы пекарни в других районах города или в близлежащих населенных пунктах. Для этого нужно провести маркетинговые исследования и определить потенциальную аудиторию, а также разработать бизнес-план и привлечь инвесторов.

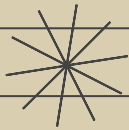


04*



Социально-экономическая
эффективность
маркетинговых
мероприятий





Маркетинговые мероприятия влияют на социально-экономическую эффективность компаний. Они помогают привлекать новых клиентов, удерживать старых, повышать узнаваемость бренда и прибыль компании.

- 1) Повышение узнаваемости бренда. Медийная реклама, продвижение в социальных сетях, мероприятия привлекают новых клиентов, которые могут стать лояльными покупателями. Благодаря этому повышается узнаваемость бренда и доверие к нему.
- 2) Улучшение взаимодействия с клиентами. Маркетинговые мероприятия помогают улучшить взаимодействие с клиентами, существенно повышая лояльность и увеличивая удовлетворенность. Один из ключевых инструментов в этом случае – интеграция производственных цепочек.
- 3) Повышение доходов. Опыт показывает, что правильно организованные и действенные маркетинговые мероприятия могут увеличивать продажи и, как следствие, прибыль компании. Это происходит благодаря более высокой узнаваемости бренда, расширенному ассортименту и т.д.

Таким образом, предложенные маркетинговые мероприятия имеют большое значение для развития пекарни и смогут существенно повысить его социально-экономическую эффективность



Спасибо за внимание!

