

### КРАТКОСРОЧНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН ПО ПРОДВИЖЕНИЮ МАГАЗИНА ООО "Тряпочка хозяйюшки"

№	Мероприятия	Критерии достижения цели	Сроки проведения	Ответственн ые	Бюджет, руб.
<b>1</b>	<b>Цели и миссии предприятия</b>				
	Увеличение объема продаж	Повысить товарооборот на 20%	Январь - декабрь	Менеджер по продажам	
	Расширение охвата	Увеличение количества подписчиков в соц. сетях на 30%	2 раза в год	SMM-менеджер	
	Повышение брендинга	Увеличить узнаваемость бренда	В течение года	Маркетолог (если есть в штате)	
	Расширение рынка	Увеличение точек реализации товаров	Июль - декабрь	Менеджер по продажам	
<b>2</b>	<b>Анализ рынка</b>				
	Анализ конкурентной среды	Выявление основных конкурентов	В течение года	Зам. директора	
	Прогноз объема продаж	Выявление потенциальных покупателей и величины среднего чека	По кварталам	Зам. директора, менеджер по продажам	
	Продвижение групп товаров	Выявление наиболее и наименее продаваемых товаров, которые образуют основной товарооборот	По кварталам	Менеджер по продажам	
	Наличие ресурсов	1. долгосрочные и надежные поставщики  2. наличие собственных и выгодных заемных средств  3. трудовые ресурсы - квалифицированные сотрудники	Ноябрь - декабрь предшествующего года  В течение года	1. Зам. директора  2. Гл. бухгалтер  3. HR - менеджер	
<b>3</b>	<b>Анализ целевой аудитории</b>				
	Возраст	Выявление ЦА, социального портрета покупателя и проведение маркетинговых исследований по выявлению потребностей покупателя	2 раза в год	Менеджер по продажам, маркетолог (если есть в штате)	
	Пол				
	Район проживания				
	Род занятий				
	Частота покупок				
	Уровень доходов				
<b>4</b>	<b>Анализ конкурентной среды</b>				

	SWOT - анализ конкурентов	Выявление сильных и слабых сторон конкурентов	По кварталам	Зам. директора	
	Выявление и разработка собственных сильных сторон	Закрепление текущих сильных сторон и внедрение новых	В течение года	Зам. директора	
<b>5</b>	<b>Продвижение товаров</b>				
	<b>1. Реклама:</b> - внешняя реклама (баннеры, яркие вывески)	Эффективная наружная реклама, максимальное использование возможностей соц. сетей, контекстная и таргетированная реклама	В течение года	Гл. бухгалтер, Менеджер по продажам, SMM - менеджер	110 000
	<b>2. Стимулирование сбыта:</b> - акции - розыгрыши - Скидки по дням месяца	Мероприятия, направленные на повышение реализации товаров и побуждению к покупке	Ежемесячно	Менеджер по продажам	60 000
	<b>3. Личные продажи:</b> - проведение онлайн - тренингов	Улучшение качества обслуживания при помощи онлайн - тренингов и обучения персонала	2 раза в год	Менеджер по продажам	40 000
	<b>PR - связь с общественностью:</b> - проведение благотворительных акций	Мероприятия, направленные на улучшение имиджа предприятия, опровержение слухов	По плану работы предприятия	Зам. директора	100 000

Выполнили:

Гл. бухгалтер:

Гильманов Э.Р.

Менеджер по продажам:

Саитова М.Д.

Дата: 10.02.2025

УТВЕРЖДАЮ  
Директор магазина  
ООО "Тряпочка хозяйшки"  
\_\_\_\_\_ Абрарова К.А.

### МЕДИАПЛАН ПО ПРОДВИЖЕНИЮ

№	Средства продвижения	Средства реализации	Частота проведения	Месяцы проведения												Бюджет, руб.
				Янв.	Фев.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сен.	Окт.	Нояб.	Дек.	
1	Реклама	Баннер	2 раза в год				√					√				50 000
		Яркая вывеска	В течение года	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	60 000
2	Стимулирование сбыта	Акции	По квартально		√			√			√			√		10 000
		Розыгрыш	1 раз в год					√								30 000
		Скидки по дням месяца	1 раз в месяц	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	20 000
3	Личные продажи	Онлайн - тренинги	2 раза в год	√						√						40 000
4	PR - связь с общественностью	Благотворительные акции	2 раза в год					√							√	100 000
	Итого:															310 000

Менеджер по продажам:

Саитова М.Д.

Дата: 10.02ю2005

## АНКЕТА

Уважаемы покупатели!

Просим Вас уделить внимание и ответить на вопросы анкеты. Анкетирование проводится для выявления портрета покупателя и улучшения деятельности магазина.

1. Ваш пол:

- ☐ мужской
- ☐ женский

2. Ваш возраст:

- ☐ 18-25
- ☐ 25-35
- ☐ 35-45
- ☐ 45-55
- ☐ 55 и выше

3. Район проживания:

- ☐ Ленинский
- ☐ Кировский
- ☐ Октябрьский (проспект)
- ☐ Советский

3. Род деятельности:

- ☐ Предприниматель
- ☐ Пенсионер
- ☐ Студент
- ☐ Служащий
- ☐ Работающий
- ☐ Не работающий

4. Уровень дохода:

- ☐ 20 000 - 50 000
- ☐ 50 000 - 70 000
- ☐ 70 000 - 100 000
- ☐ 100 000 и выше

5. Частота покупок:

- ☐ 1 раза в неделю
- ☐ 1 раз в 3 недели
- ☐ 1 раз в месяц
- ☐ 1 раз в пол года

6. Устраивает ли вас ассортимент товаров?

- ☐ Да
- ☐ Нет

7. Устраивает ли вас качество обслуживания?

- ☐ Да
- ☐ Нет

Спасибо за уделенное время! Ваше мнение очень ценно для нас!!! <3

## РЕКЛАМНЫЕ АКЦИИ

1. Скидки по дням месяца (каждое 11 число месяца скидка 10%)
2. Скидки за объемы (покупаешь 3 пары перчаток, 4ая со скидкой)
3. Скидки отдельным категориям покупателей (скидки пенсионерам, матерям)
4. Розыгрыш газонокосилки (при сумме в чеке более 1000 рублей, дается билет на участие в розыгрыше)
5. Благотворительные акции (сбор средств для детского дома, 5 рублей с каждой покупки)
6. Реклама в интернете (таргетированная, контекстная и в соц. сетях)
7. Сотрудничество с другими предприятиями (сотрудничество с различными предприятиями)
8. Промокоды на покупку в интернете (при сумме в чеке 1000 рублей в OZON дается промокод на оффлайн покупку)
9. Подарочные купоны (купоны по 500, 1000, 5000 рублей)
10. Установка рекламного штендера у входа в магазин
11. Комплектация в наборы (наборы состоящие из моющего средства и перчаток)
12. Подарок к покупке (при покупке от 1500 рублей, подарок - садовые перчатки)
13. Специальное предложение (покупаешь 3 пары перчаток, 4ая в подарок)