УТВЕРЖАЮ

Директор магазина

ООО "Тряпочка хозяюшки"

\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Абрарова К.А.

**КРАТКОСРОЧНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН ПО ПРОДВИЖЕНИЮ**

**МАГАЗИНА ООО "Тряпочка хозяюшки"**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Мероприятия | Критерии достижения цели | Сроки проведения | Ответственные | Бюджет,  руб. |
| **1** | **Цели и миссии предприятия** |  |  |  |  |
|  | 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 |  |
| **2** | **Анализ рынка** |  |  |  |  |
|  | 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 |  |
| **3** | **Анализ целевой аудитории** |  |  |  |  |
|  | 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 |
| **4** | **Анализ конкурентной среды** |  |  |  |  |
|  | 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 |  |
| **5** | **Продвижение товаров** |  |  |  |  |
|  | **1. Реклама:**  - 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 |
|  | **2. Стимулирование сбыта:**  - акции  - розыгрыши  - Скидки по дням месяца | Мероприятия, направленные на повышение реализации товаров и побуждению к покупке | Ежемесячно | Менеджер по продажам | 60 000 |
|  | **3. Личные продажи:**  **-** проведение онлайн - тренингов | Улучшение качества обслуживания при помощи онлайн - тренингов и обучения персонала | 2 раза в год | Менеджер по продажам | 40 000 |
|  | **PR - связь с общественностью:**  - 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 хозяюшки"

\_\_\_\_\_\_\_\_ 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

□ Кировкий

□ 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)