**BÁO CÁO MARKETING THÁNG 06/2016**

**Breadtalk Biên Hòa**

**I.Các chương trình Marketing thực hiện trong tháng 6**

**1.Chương trình Hungry Bird**

*Nội dung:* tạo sức hút cho các bạn trẻ với phần quà phù hợp với độ tuổi thiếu nhi khi phụ huynh các bé mua một phần combo

*Thời gian:* Chương trình chạy vào thứ 5 hàng tuần bắt đầu từ ngày 26/5 đến ngày 5/6 ( 5 ngày).

*Kết quả*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ngày** | **Doanh thu (VND)** | **TC** | **AC**  **(VND)** | **Set** |
| 01/06 | 22.490.000 | 322 | 69.863 | 13 |
| 02/06 | 11.434.000 | 163 | 70.147 | 3 |

*Nhận xét:* các bé cũng thích thú với phần quà tặng nhưng lại phụ thuộc vào sự dồng ý của phụ huynh nên số lượng bán ra còn thấp. Trong chương trình lần sau cần có các phần quà có cuốn hút các bé nhìu hơn và tạo cho các phu huynh cảm giác thấy thích hợp cho bé.

**2.Chương trình “Ngày hội gia đình”**

*Nội dung:* CH kết hợp tòa nhà tổ chức thi làm bánh thực tế tại gian hàng. Sau khi kết thúc phần thi sẽ tổ chức chấm điểm để phát quà tặng cho khách hàng bằng những phiếu voucher của tòa nhà. Bên cạnh đó trong sau khi cuộc thi kết thúc sẽ có phần giới thiệu về BT đồng thời thông báo đến khách hàng chương trình giảm giá 20% cho các mặt hàng bánh nướng và bánh kem.

*Thời gian* **:** ngày 28/06

*Kết quả*

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
|  |

*Nhận xét:* Do chương trình tổ chức vào ngày vắng khách nên chưa có được sự tham gia nhìu từ các gia đình, các chỉ tiêu không có gì chênh lệch nhìu chỉ có sản lượng bánh bu tăng lên khá nhìu, chỉ tiêu AC do phần discount nhìu nên làm giảm đơn giá. Nhìn tổng thể thì chương trình chưa mang lại hiệu quả hình ảnh nhìu chỉ mang lại giá trị tăng không đáng kể doanh thu do nhân viên tích cực giới thiệu với khách chương trình giảm giá để khách có thêm suy nghĩ chọn thêm bánh để được hưởng ưu đãi. Lí do là do chương trình chưa được chuẩn bị kỹ từ phía tòa nhà, chọn thời gian chưa hợp lí (mall đông khách vào thời điểm >19h, công tác marketing không hiệu quả (chưa thông tin cho khách hàng trước phải đến thời điểm mới chuẩn bị mời trực tiếp các khách mua sắm tại mall làm cho lượng khách tham gia không nhìu phải cần đến CH hỗ trợ mời. Còn phía CH do có chuẩn bị các dụng cụ bố trí sẵn nên cuộc thi vẫn diễn ra bình thường.

**II.Chương trình marketing của các GH ẩm thực khác tại Vincom Biên Hòa**

Đa số các cửa hàng đều áp dụng các chương trình khuyến mại như giảm giá sản phẩm một ngày trong tuần, giảm giá gốc sản phẩm trong tuần nhằm thu hút khách hàng.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Hình thức** | **Gian hàng** | **Cách thức** | **Hình ảnh** | |
| Giảm giá gốc các sản phẩm | Dairy Queen | Kem úp ngược giá 29.000đ |  |
| Kichi Kichi | 169.000đ | C:\Users\Nhan\Downloads\IMG_0541.JPG |
| Gảm giá theo ngày trong tuần | Rainbow | Giảm 20% tổng hóa đơn thứ 2, thứ 4 hàng tuần | C:\Users\Nhan\Downloads\IMG_0542.JPG |
| Pizza Company | Thứ 4 mua 1 tặng 1 |  |
| COWBOY JACK | Combo 459.000đ áp dụng thứ 5 hàng tuần | C:\Users\Nhan\Downloads\IMG_0539.JPG |
| Combo 299.000đ Áp dụng thứ 3 hàng tuần | C:\Users\Nhan\Downloads\IMG_0540.JPG |

**III.Các chương trình marketing trong thời gian tới của Vincom Biên Hòa**

**1.Sảnh sự kiện**

*Nội dung*: tòa nhà tổ chức các sự kiện tại sảnh các gian hàng ai tích cực tham gia sẽ được hỗ trợ bố trí tại sảnh như giảm giá sock, diễu hành marcos

*Đối tượng*: các gian hàng trong tòa nhà

*Thời gian*: 10-31/07

**2.Sự kiện các ngày trong tuần**

*Nội dung*:

Thứ 3: SP sạch (dành cho các gian hàng ẩm thực, siêu thị trưng bày các sản phẩm gian hàng của mình)

Thứ 5: SP đồng giá (bán các sản phẩm với mức giá theo gian hàng tự đề xuất trong ngày)

Thứ 7: giải trí cuối tuần (diễu hành marcos, ca nhạc...)

**3.“Đón Euro-ngập tràn ưu đãi sock”**

*Nội dung*: tại sảnh sự kiện của tòa nhà sẽ luân phiên thay đổi các gian hàng trong tuần để trưng bày các sản phẩm bán với giá ưu đãi giảm từ 30-50%. Đồng thời khi khách hàng mua hóa đơn trị giá trên 500k (không tách hóa đơn) sẽ được hướng dẫn tham gia bốc thăm trúng thưởng tại quầy dịch vụ.

*Thời gian*: 12/06-10/07

**IV.Đề xuất marketing cho cửa hàng**

**1.Happy for Luch**

*Đối tượng*: khách siêu thị, nhân viên các cửa hàng khác trong tòa nhà

*Thời gian áp dụng*: 11h-14h (thứ 2-6)

*Nội dung*: giảm giá các sản phẩm trong khung giờ hoặc kết hợp các sản phẩm thành một combo (giảm giá tiết kiệm) để tăng thêm sự lựa chọn khẩu phần ăn thay vì mua sản phẩm lẻ đồng thời tăng thêm một lượng khách (nhân viên) từ tòa nhà.

*Công cụ*: Xstandee, poster pos,

**2.Tích lũy nhận quà**

*Điều kiện*: khách hàng khi mua hàng có hóa đơn từ định mức bao nhiu sẽ nhận được quà. Tận dụng thời tiết đang trong mùa mưa, chúng ta có thể đưa ra quà tặng là áo mưa (hóa đơn trên 200k), ô dù (hóa đơn trên 400k)

*Thời gian áp dụng*: 1/7-31/7 (hoặc hết quà tặng)

*Công cụ*: Xstandee, poster pos