

СВОТ

Вставишь сама

Цели плана маркетинга

1. Завоевание прочного места в пятерке ведущих РА полного цикла в Нижнем Новгороде
2. создание положительного имиджа агентства (создать узнаваемый бренд)
3. формирование имени компании в деловых кругах.
4. создание разнообразного, интересного и красочного портфолио.
5. выход на региональные рынки



Маркетинговая стратегия

Стратегия «PR Team» - стать лидером на рынке рекламных услуг и сувенирной продукции среди агентств полного цикла Нижегородской области.

«PR-Team» позиционируется как агентство полного цикла услуг, обеспечивающее достижение конкретных результатов клиентов независимо от размеров бюджетов на рекламу.

Выбор ценовой стратегии

Цены на предоставляемые услуги в целом следует удерживать на уровне цен конкурентов до тех пор, пока агентство не станет узнаваемым - стратегия средних цен.



Предоставляемые услуги

- изготовление и продажа сувенирной продукции
- мерчендайзинг
- размещение и изготовление наружной рекламы
- размещение рекламы на ТВ и радио
- организация мероприятий
- создание и продвижение сайтов

План продвижения

1)Цели:

- Привлечь новых клиентов, увеличить известность компании на рекламном рынке.
- занять лидирующую позицию на рынке Нижнего Новгорода.

2)Задачи:

- Позиционировать агентство «PR-Team», как профессиональную команду в области рекламной и сувенирной продукции.
- Занять лидирующие позиции на данном сегменте рынка Нижнего Новгорода.

3)Целевая аудитория:

- Государственные и коммерческие организации
- Люди со средним и высоким уровнем дохода

Продвижение

Средства продвижения, которые использует агентство «PR-Team» использует:

- рекламу на радио
- создание информационного сайта
- реклама на баннерах
- проведение бизнес семинаров
- продвижение в социальных сетях
- распространение сувенирной продукции при проведении семинаров
- спонсорская деятельность

Бюджет продвижения

Статья расходов:	1кв	2кв	3кв	4кв
Реклама на радио	-	-	40000	-
Создание сайта	5 500	4000	4000	4000
Реклама на баннерах	10000	10000	10000	10000
Проведение бизнес семинаров	12600	12600	12600	12600
Продвижение в соц. сетях	147 000	-	49000	-
Сувенирная продукция на семинарах	15300	15250	15300	15250
Спонсорская деятельность	-	-	-	15000
Итоговая сумма продвижения				42000



Оценка эффективности

- Мониторинг средств массовой информации
- Маркетинговый опрос
- Подсчет "обратной связи"



Ожидаемые результаты:

- Привлечение известных клиентов (наработка клиентской базы);
- Налаживание связей в деловых кругах;
- Рост узнаваемости агентства (создание положительного имиджа);
- Занятие определенной доли рынка (25-30%);
- Выход на региональные рынки.

