



РАБЧЁНАК ОЛЬГА

ДАНИК АНАСТАСИЯ

КУКСЕНКОВА ЮЛИЯ

Кто-то может не заметить световую панель,
монитор, стойку с буклетами, рамку,
заслоненную коллегой, но на яркий красочный
лифт, выделяющийся на фоне привычного
интерьера, вряд ли кто-то не обратит
внимание!

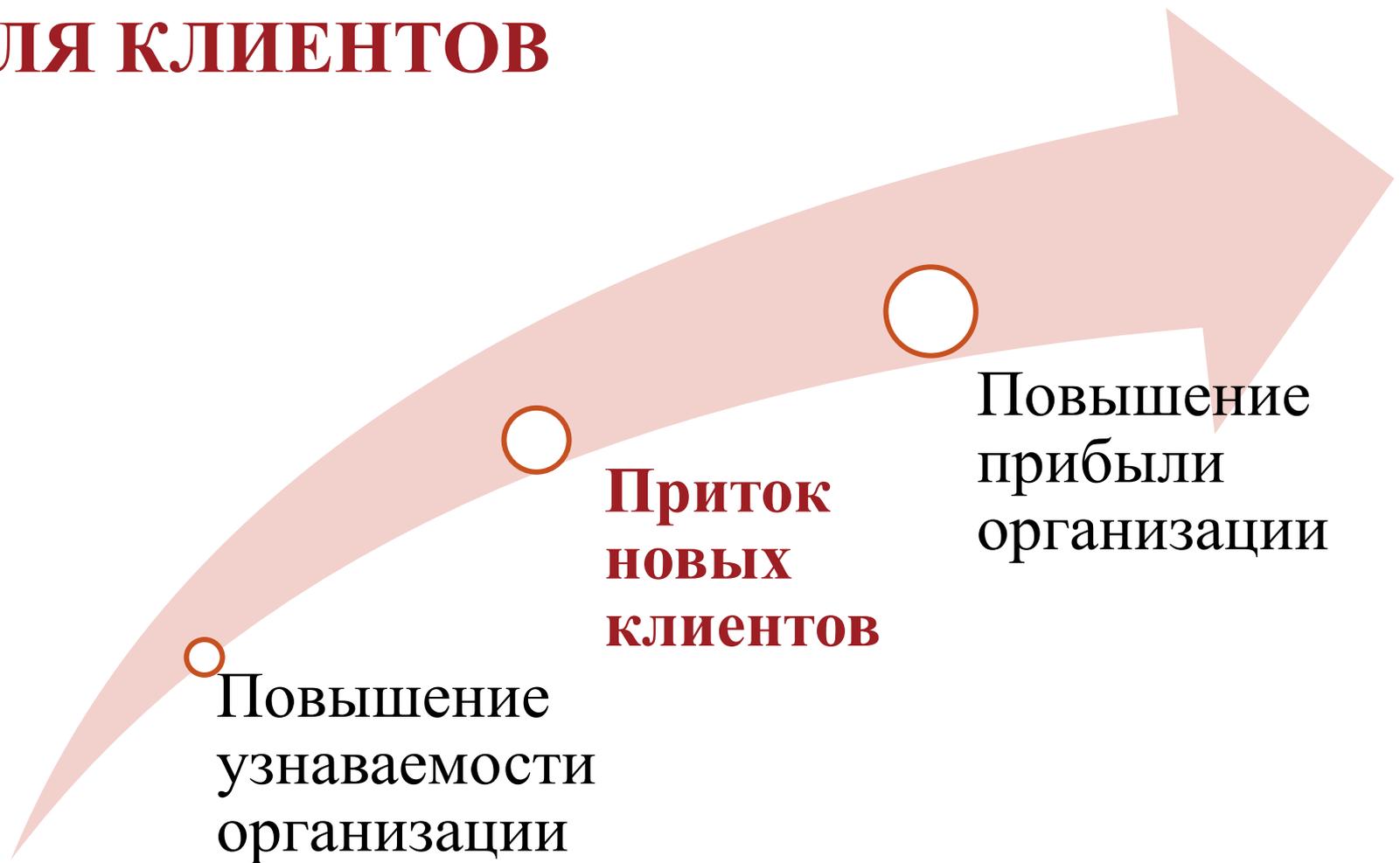
Суть проекта – создание
конкурентоспособного предприятия,
основной ценностью которого являются
КЛИЕНТЫ!

СУТЬ ПРОЕКТА



КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ	КЛЮЧЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ	КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ	ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ	СЕКМЕНТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
1. Собственники лифтов 2. Конкуренты 3. Неконкурирующие компании 4. Поставщики оборудования и расходных материалов	1. Реклама 2. Продвижение 3. Работа с клиентской базой 4. Разрешение проблем	1. Клиентоориентированность 2. Необычные (новые) предложения в области рекламы и их качественное исполнение 3. Повышение узнаваемости заказчика и, соответственно, его статуса, клиентской базы и прибыли 4. Доступность	1. Консультирование и оказание помощи клиентам 2. Постоянное поддержание связи 3. Дополнительные бонусы постоянным клиентам 4. Особая персональная поддержка 5. Совместное создание 6. Внимательность	1. Рекламодатели 2. Представители разнообразных сфер бизнеса
	КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ 1. Оборудование 2. Расходные материалы 3. Интеллектуальные трудовые ресурсы и 4. Клиентская база 5. Партнерская база 6. Финансы 7. Офис		КАНАЛЫ 1. Сайт компании 2. Участие в выставках 3. Профильные порталы (marketing.by, irecommend) 4. Клиентская база 5. Реклама через демонстрацию своего предложения	
СТРУКТУРА РАСХОДОВ			ПОТОКИ ДОХОДОВ	
1. Аренда офиса 2. Закупка и обновление оборудования 3. Затраты на персонал 4. Поддержание и развитие партнерских сетей 5. Разработка и поддержка сайта 6. Маркетинг 7. Аренда/покупка прав на размещение рекламы на лифте			1. Доход от заключения договора 2. Регулярный доход от периодических платежей, получаемых от клиентов за ценностные предложения и постпродажное обслуживание	

ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ КЛИЕНТОВ



ПРЕДПОСЫЛКИ УСПЕШНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА:

❖ Наиболее приоритетные и вероятные перспективы в развитии проекта, по критерию возможности: расширение торговых площадей за счёт введенных в эксплуатацию бизнес центров и расширение ассортимента услуг.

❖ Наиболее вероятные перспективы в развитии проекта, по критерию угрозы: развитие программ лояльности с целью преодоления конкуренции, формирование уникального предложения.

Преимущества данного вида рекламы

Брендинг лифтов – 99% гарантия ежедневного контакта с рекламой (85% жителей города ежедневно независимо от своего статуса, возраста и дохода пользуются лифтами. 365/7/24 – реклама действует 365 дней в году / 7 дней в неделю / 24 часа в сутки).

Для подсознательного восприятия информации нужно менее 1 секунды, для того, чтобы вдуматься в содержание обращения - 10 секунд. Ежедневно люди осуществляют минимум 2 поездки в лифте, которые занимают в среднем 30 секунд их драгоценного времени. Полминуты 100% внимания! И она принадлежит вам!

Мы объединили достоинства других видов рекламы:

- ❖ Охват аудитории и яркость изображения, которая предоставляет клиенту возможность не только увидеть, но и запомнить информацию ;
- ❖ Частота контакта;
- ❖ Сила директ-мейла, возможность выбирать потенциального клиента по его адресу;
- ❖ Сильный психологический эффект на восприятие человека;
- ❖ Контактная информация находится в непосредственной близости к конечному потребителю и доступна на протяжении всего срока размещения рекламы.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ:

- ✓ **76%** респондентов знакомы с данным видом рекламы;
- ✓ Средняя оценка «силы» данной рекламы – **7,6**;
- ✓ Основные критерии при выборе способа рекламы: **охват аудитории и эффективность**;
- ✓ Предположительная часть рекламного бюджета на данный вид рекламы – **5-20%**;
- ✓ Наиболее ожидаемые результаты: **увеличение объема продаж, клиентской базы и повышение узнаваемости компании**;
- ✓ Потенциальные клиенты – **«средний» и «крупный» бизнес**

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

В ходе проведённого анализа было выявлено, что компании-конкуренты активно стараются использовать самые передовые конструкции, материалы, технологии и оборудование, учитывающие последние мировые тенденции рынка indoor-рекламы. Наиболее чётко это прослеживается у нашего главного конкурента - LCD-media. Доступ к имеющимся ресурсам у всех компаний примерно одинаковый.

В то же время, нет узко направленных компаний-конкурентов. Каждая охватывает широкий рынок рекламных услуг. Брендирование лифтов не является их основной деятельностью.



LCD-media



МЫ ПРЕВОСХОДИМ НАШИХ КОНКУРЕНТОВ ПО НЕСКОЛЬКИМ ПРИЧИНАМ:



Оригинальные предложения



Курирование каждого проекта специалистом



Работа без шаблонов, индивидуальные разработки



Различные подходы к каждому из сегментов



Узконаправленность

ОПИСАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



КРИТЕРИИ	Экономические характеристики			География	Поведенческие характеристики		Основной критерий выбора
	Размер бизнеса	Рекламный бюджет для брендинга лифтов	Тип рынка, на котором работает компания	География	Вид деятельности		
					ТРЦ	БЦ	
С Е Г М Е Н Т Ы	средний бизнес	10 - 20% рекламного бюджета	B2B B2C	Минск	Реклама торговых марок одежды и аксессуаров, представленных в ТРЦ, косметики, бытовой химии, продуктов питания, ресторанов и кафе, тур. услуг, компаний по оформлению и организации праздников г. Минска, прочих организаций услуг	Реклама тур. услуг, сотовых операторов, интернет провайдеров, страховых компаний, адвокатских контор, банков, юридических контор, аудиторских контор, бизнес-прессы, новостных порталов	качество, уровень обслуживания, цена, гарантия, отзывы
	крупный бизнес	до 10 % рекламного бюджета	B2C B2B	Минск	Реклама торговых марок одежды и аксессуаров, представленных в ТРЦ, косметики, бытовой химии, продуктов питания, сетей ресторанов и кафе, тур. услуг, автомобилей, электро и бытовой техники, мобильных телефонов, сотовых представителей	Реклама тур. услуг, сотовых операторов, интернет провайдеров, страховых компаний, банков, аудиторских контор, автомобилей, электротехники, медицинских препаратов, хорошего алкоголя, кожи и мехов	качество, уровень обслуживания, отзывы
	малый бизнес	более 30% рекламного бюджета	B2C	Минск	Реклама компаний по оформлению и организации праздников г. Минска, информационно - развлекательных порталов, магазинов одежды и обуви	Реклама Start-Up проектов платформы http://www.bavin.by/ и прочих	цена, гарантия

ОПИСАНИЕ ИДЕИ БРЕНД-ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И БРЕНД-ЭЛЕМЕНТОВ

RDK-Group основной упор делает на:

- Высокое качество;
- Доступная стоимость;
- Нестандартность и оригинальность;
- Быстрота и эффективность

Уровень
позиционирования:
рациональный

Малый бизнес:

высококвалифицированный персонал; качество услуги; эффективность, «демократичная» ценовая политика, максимальное снижение рисков;

Средний бизнес:

качество услуги; оптимальная ценовая политика (скидки); послепродажный сервис (предоставление гарантий), эффективность;

Крупный бизнес:

Новизна предоставляемой услуги; качество услуги; эффективность, использование новейших технологий

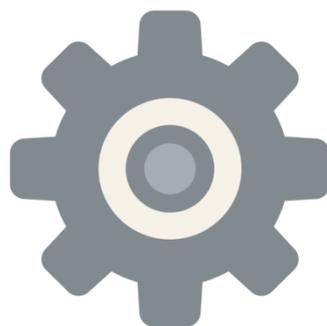
ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА



1. Консультация



2. Заключение
договора.
Согласование
макета в
гос.структурах



3. Подготовка
компонентов для
реализации проекта



4. Нанесение
рекламной
продукции.
Фотоотчет

СИСТЕМА СКИДОК И ПООЩРЕНИЙ

 Праздничные скидки

 Ситуативные скидки

 Тающие скидки

 Скидка за быструю оплату

 Скидка каждому 100-у клиенту

 Скидки нестандартным клиентам

Специальное предложение для малого бизнеса – пробное размещение рекламы на месяц по себестоимости

Цена – плавающая. Ориентация на располагаемый рекламный бюджет.

лучше чем

LCD-media, 3motion, PrintMinsk

для

Тех, кто хочет привлечь новых клиентов

Потому что

Предлагает клиентам высокое качество и профессиональный уровень исполнения рекламных проектов. Услуги оказываются в строгом соответствии с требованиями и спецификациями клиентов, а специалисты работают в тесном контакте с заказчиком.

И в результате

Клиенты остаются полностью удовлетворены предоставленными услугами, так как благодаря совместному сотрудничеству они в полном объёме достигают поставленных целей.

RDK-Group - «СОТРУДНИЧЕСТВО ЧЕРЕЗ ПОНИМАНИЕ»

ЦЕЛИ ПРОЕКТА (КРІ)

ДЛЯ КАЖДОГО ИЗ СЕГМЕНТОВ



Малый бизнес (СЕГМЕНТ 1)

Повысить степень удовлетворённости клиентов	Индекс удовлетворённости клиентов	более 75%
Увеличить объём продаж	Количество заключённых договоров	увеличение на 12% ежегодно
Увеличение клиентской базы	Количество новых клиентов/заказов	увеличение на 1 клиента ежемесячно

Средний бизнес (СЕГМЕНТ 2)

Повысить степень удовлетворённости клиентов	Индекс удовлетворённости клиентов	более 80%
Увеличить объём продаж	Количество заключённых договоров	увеличение на 12% ежегодно
Увеличение клиентской базы	Количество новых клиентов/заказов	увеличение на 2 клиента ежемесячно

Крупный бизнес (СЕГМЕНТ 3)

Повысить степень удовлетворённости клиентов	Индекс удовлетворённости клиентов	более 80%
Увеличить объём продаж	Количество заключённых договоров	увеличение на 12% ежегодно
Увеличение клиентской базы	Количество новых клиентов/заказов	увеличение на 1 клиента ежемесячно

ПЛАН-ГРАФИК МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДОСТИЖЕНИЮ УКАЗАННЫХ ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ

		Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Затраты, \$
1- Мероприятия по подготовке проекта	Регистрация ЧУП	100%										70
	Оформление документов	20%										10
	Найм персонала	0%										1100
	Аренда подходящего помещения	0%										5700
	Закупка оборудования (печатные станки, рекламная атрибутика, компьютеры, мебельная фурнитура)	0%										15000
Косметический ремонт арендованного помещения	0%										2000	
2- Услуга	Создание атрибутов бренда											
	Нейминг	100%										192
	Регистрация логотипа	60%										261
	Разработка цветковых решений	100%										0
	Создание слогана	40%										0
3- Цена	Выбор ценовой стратегии											
	оценка затрат	10%										0
	определение финансовых целей организации	80%										0
	определение потенциальных клиентов (Выбор сегментов посредством анкетирования)	100%										0
	уточнее маркетинговых стратегий организации	100%										0
	оценка потенциальных конкурентов	100%										0
	выбор метода ценообразования	100%										0
	расчет рентабельности организации	100%										0
	дифференцированное ценообразование											
	заключение договоров с владельцами рекламных площадей	15%										18000
создание системы скидок	0%										0	
разработка программы удержания клиентов/лояльности)	25%										0	
5- персонал	Реклама в СМИ											
	Разработка собственного сайта	100%										195
	Размещение собственной рекламы на арендованных нами рекламных площадках	0%										325
	Повышение удовлетворенности клиентов											
	Работа с отзывами	0%										0
	Курирование каждого проекта (заказа) специалистом	0%										0
	Стимулирование сбыта (Проведение акций и предоставление скидок, бонусов)	0%										0
Прямой маркетинг	10%										200	
6- внутренние процессы	формирование системы материального и нематериального вознаграждения сотрудников за достижение поставленных целей	0%										0
	разработка должностных инструкций	0%										500
	курсы повышения квалификации	0%										1450
	создание благоприятных условий труда	20%										0
7- клиенты	установление оптимального времени выполнения заказов	100%										0
	заключение договора с поставщиками ресурсов	10%										0
	формирование эффективной системы менеджмента качества	80%										300
7- клиенты	Roll - call - вежливый звонок клиентам с целью выяснения степени их удовлетворенности предоставленной услугой (обратная связь с клиентами)	10%										25
	формирование гибкой системы скидок для постоянных клиентов											0
												45328

Инвестиционные затраты: 45 328 \$

Название маркетингового мероприятия	Стоимость, бел.руб.	Комментарий
Услуга		
1. Нейминг	3 500 000 – 4 000 000 бел.руб	Название создано самостоятельно – «RDK-Group». Необходима регистрация наименования
1. Разработка логотипа	4 500 000 – 5 000 000 бел.руб. (4 750 000 бел.руб.)	Логотип будет создан самостоятельно, необходима регистрация в гос. реестре
Цена		
1. Определение спроса на услугу, проведение маркетингового исследования (анкетирование)	500 000 -600 000 бел.руб. (за бумагу, чернила и т.д.)	Анкета будет составлена самостоятельно, без использования аутсорсинга. Будет рассылаться по электронной почте ЦА. Также будет предложена к заполнению в период участия компании в выставках.
Коммуникации		
1. Разработка собственного сайта	3 585 000 бел.руб. Начиная со 2 года за доп.обслуживание сайта и продление доменного имени – 890 000 бул.руб. в год.	Услуги предоставляет компания «MegaGroup» Срок создания сайта: 14- 25 дней . В цену входит: разработка сайта, обслуживание сайта (1 год), возможности CMS и продвижение сайта.
1. Размещение собственной рекламы в лифтах в виде постеров	6 000 000 – 7 000 000 бел.руб.	
1. Размещение статей в новостных профильных порталах	3 500 000 – 4 000 000 бел.руб.	Размещение статей на Marketing.by, irecommend.by
1. SMM	700 000 – 1 000 000 бел.руб.	VK, FaceBook, Twitter Бизнес соц.сеть - LinkedIn
1. Участие в международной выставке рекламы, дизайна и полиграфии «Мятный лев»	10 900 000 бел.руб.	

ФИНАНСОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ:



Group
ROK

- ❖ Необходим вклад **50000\$**
- ❖ Первоначальные инвестиции + расходы после первого месяца работы = **45328\$**
- ❖ Срок окупаемости – чуть меньше **2** лет
- ❖ Точка безубыточности = **77961,165\$**
- ❖ Расходы каждый год: **58768 \$**
- ❖ Доход за 1й год: **66000 \$**. Доход за 2й год: **79200 \$**.
- ❖ LTV за 2015 год: **505,88 \$**. LTV за 2016 год: **890,35 \$**.
- ❖ NPV = **78782.71 \$**

РИСКИ



Затруднения с поиском инвесторов



Широкий спектр услуг-заменителей
(баннеры, билборды и тд)



Сокращение рекламных бюджетов
компаний из-за нестабильности
ЭКОНОМИКИ



Малоизвестность на рынке



Конкурененты



Недооценка сложности проекта



Group

ROK

«СОТРУДНИЧЕСТВО ЧЕРЕЗ ПОНИМАНИЕ!»