

## **РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ ПО ВЫВОДУ НОВОГО ТОВАРА НА УКРАИНСКИЙ РЫНОК**

Ткач А.В.

Научный руководитель – к.э.н., доц. кафедры маркетинга Чукурная Е.П.

**В** данной тезисной работе, я расскажу о том, каким образом выводился новый товар, а именно ноутбук, на украинский рынок, торговой марки «WingS». Начну я с того, что расскажу про саму компанию. «WingS» - это искусственное предприятие, созданное совместными усилиями кафедрами ИБЭИТа – кафедрой маркетинга, кибернетиков, бухгалтерского учета и экономистов. У каждой кафедры свои цели и задания, но не смотря на это, все мы взаимодействуем, как и принято на настоящем «взрослом» предприятии, для достижения максимального эффекта. Компания занимается разработкой и сборкой комплектующих, сборкой компьютерной техники и соответственно самой продажей ее. А также предоставляет ряд услуг – профилактика, модернизация, замена частей и т.д.

Первоначально задумывалось, что предприятие будет выпускать персональные компьютеры (ПК), но после проведения анализа рынка и маркетинговых исследований, отдел маркетинга пришел к выводу, что целесообразней и эффективней будет, если первым продуктом, который мы выпустим – будет ноутбук.

После того, как определились с тем, что мы будем выпускать, следующей задачей стало создание и проведение рекламной компании. Резкое повышение уровня конкуренции в конце XX века привело к тому, что множество производственных и торговых предприятий обладали товарами, имеющими примерно одинаковые качество и функции. В подобной ситуации решающим фактором воздействия на рынок и потребителей могла только грамотная реклама предприятия. Известно, что реклама в маркетинге имеет большую долю схожих мотивационных посылов. Американские ученые выделили четыре основополагающих термина, на которых основывается коммуникационная модель *AIDA*. Она определяет, каким образом следует воздействовать на потребителя:

Не секрет, что в наше время компьютерами пользуются почти все люди – начиная с детей в школе и заканчивая чуть ли не пенсионерами. Компьютеры имеются в каждом учебном заведении, как в среднем, так и в высшем. Также, в наше время не обходится без компьютера любое предприятие, например, для введения базы данных, а так же документации. Исходя из этого, мы понимаем, что целевая аудитория у нас высочайшая. Поэтому было принято решение провести масштабное ивент-мероприятие в середине августа, разделив его на две части – дневная и вечерняя, с целью захвата как можно больше потенциальных потребителей. Если рассказать вкратце, то данное мероприятие состоит из небольших концертов днем и грандиозным вечером. Будут наняты

специальные диджеи, промоутеры и косплейщики. Специально будут заказаны браслеты-флешки, футболки, кепки и куча шаров с нашим логотипом, которые будут вручаться в качестве подарка за заполнение анкеты, с целью пополнения нашей базы данных.

При проведение больших мероприятий необходимо внимательно искать и сравнивать всех поставщиков, рекламодателей и рабочий персонал. Необходимо, чтобы все соответствовало как по качеству, так и по временным рамкам.

После того, как мы разобрались с организационной составляющей нашего мероприятия, необходимо переходить к финансовой, а именно к медиаплану.

**Медиаплан** — подробный документ, регламентирующий сроки проведения рекламной кампании, используемые каналы, основные настройки и рекомендуемые форматы размещения рекламы. Медиаплан содержит также финансовую информацию и прогнозируемый результат.

Пример нашего медиаплана вы можете наблюдать ниже на рисунке.

Время	Мероприятие	Цель	Компоненты	Стоимость, грн.	Кол-во
Август 2015. Выходной: Промо-16.00, Концерт – 20.00	Промо-концерт в 4-х точках. Места: Дерибассовская, Сити-Центр на Котовского, Таирова, Аркадия	*повысить узнаваемость бренда	Шатер	От 750 до 5000	4
			Шарики	1,65	1000
			Диджей	От 1000 до 3000	3 часа 4 диджея
			Флаера	2347	10000
			Плакаты	7918	10000
		*собрать базу данных адресов для рассылки	Визитки	1713	10000
			Браслеты-флешки	6883	10000
			Сцена	От 5000 до 87000	1
			Музыкальное оборудование	От 3000 до 5000	4
			Футболки	75	20
Косплей костюмы	От 200 до 1000	18			

Планируется открыть несколько торговых точек сначала в Одессе, поэтому рекламная компания именно здесь и проводится. В дальнейшем будем создавать новые товары и распространяться в другие города, устраивать новые мероприятия и медиапланы для каждого из них.