

# Кейс:Открытие магазина 33М2 г Вознесенск

## Цели и задачи проекта

### Макро цели

- Повышение осведомленности о бренде 33М2
- Захват рынка у конкурентов и доведение доли сети 33М2 до 45%(срок 6 мес-1 год)
- Повышение продаж сети 33М2 на 5%(срок 6 мес-1 год)

### Микро цели

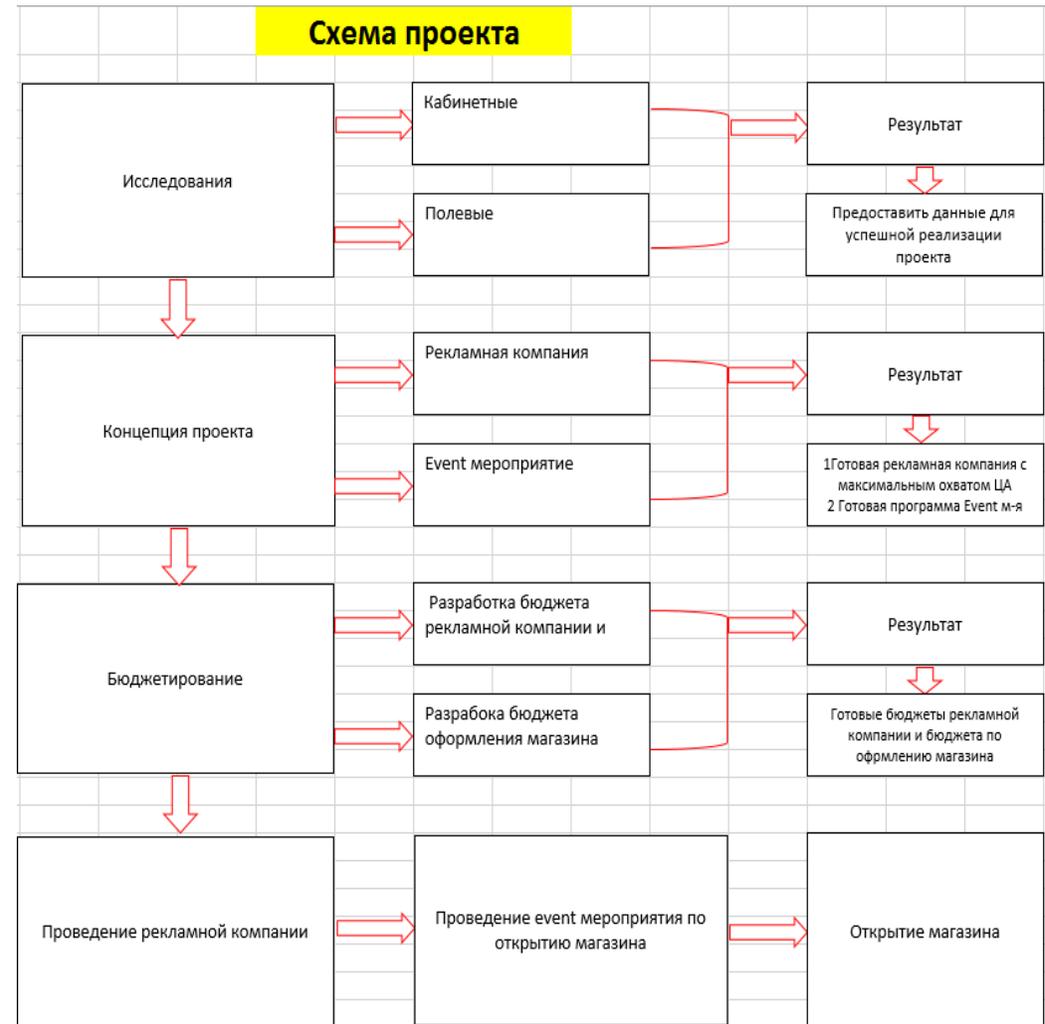
- Привлечение покупателей на мероприятие по открытию магазина не менее чем (X покупателей)
- Получение выручки магазина за 1-й день работы( не менее чем X грн)

### Задача

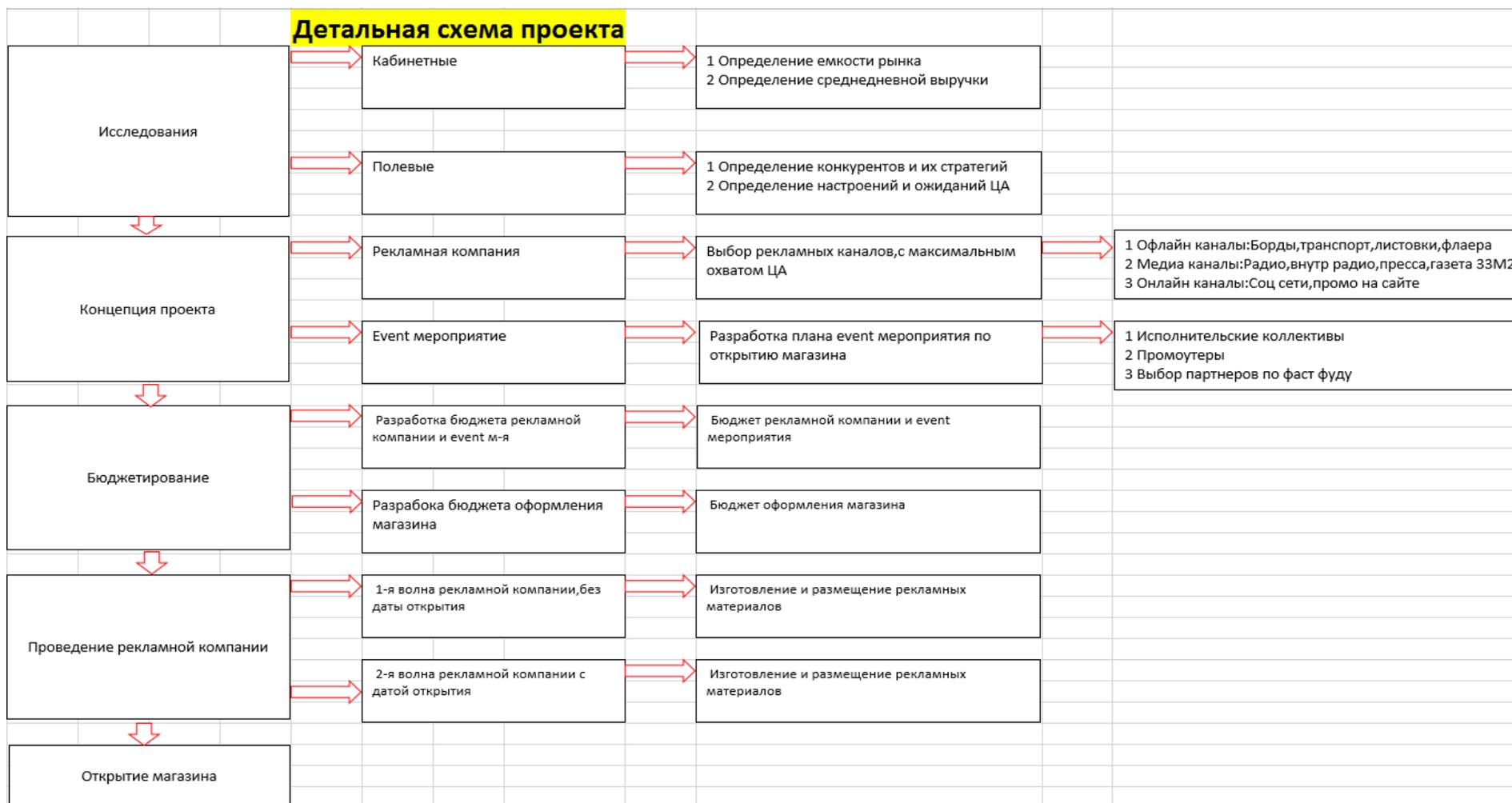
- Открытие современного торгового комплекса

# Этапы проекта

- ✓ Исследования
  - Кабинетные
  - Полевые
- ✓ Концепция проекта
  - Концепция рекламной компании
  - Концепция event мероприятия
- ✓ Задачи проекта
  - Медиаплан рекламной компании
  - План event мероприятия
  - План видеосъемки мероприятия
  - План оформления магазина
  - Планограмма магазина
  - Изготовление навигации
  - Оформление магазина
  - Запуск рекламной компании
- ✓ Бюджетирование
  - Бюджет рекламной компании
  - Бюджет оформления магазина
- ✓ Проведение рекламной компании
  - 1 Волна рекламной компании(без даты открытия магазина)
  - 2 Волна рекламной компании( с датой открытия магазина)
- ✓ Открытие магазина



# Детальная схема проекта



# Диаграмма Ганна

	Диаграмма Ганна			
Этапы работ	Июнь 2016	Июль 2016	Август 2016	Ответственные
Исследования				Нач отдела маркетинга
Концепция проекта				Н.О.М.,Операционный директор
Бюджетирование				Н.О.М.,Операционный директор
Задачи проекта				Н.О.М.,Операционный директор
медиаплан рекламной компании				Н.О.М.,менеджер по рекламе
план event мероприятия				Н.О.М.,маркетолог
план видеосъемки мероприятия				Н.О.М.,маркетолог
план оформления магазина				Н.О.М.,отдел запуска,Н.О.мерчендайзинга
планограмма магазина				Отдел запуска,Н.О.мерчендайзинга
макетирование и изготовление навигации				Н.О.М.,дизайнер
запуск и проведение рекламной компании				Н.О.М.,менеджер по рекламе,рекламное агенство
оформление магазина				Н.О.М.,отдел запуска,Н.О.мерчендайзинга
<b>Открытие магазина</b>				Департамент маркетинга,рекламы и аналитики

# Результат

## По макро целям

- Достигнута цель повысить осведомленность о бренде 33M2
- Достигнута цель захвата доли рынка у конкурентов(через 6 месяцев после открытия доля рынка 47%)
- Достигнута цель повышения продаж сети

На 5%

## По микро целям

- Посещаемость была рекордной (более 5 тыс посетителей)
- Выручка за 1-й день работы(рекорд)
- ROI мероприятия=300%

## Задача

- Открыт современный торговый комплекс



# Видео открытия ТЦ в г. Вознесенск

- <https://www.youtube.com/watch?v=t6rZRde79X8>