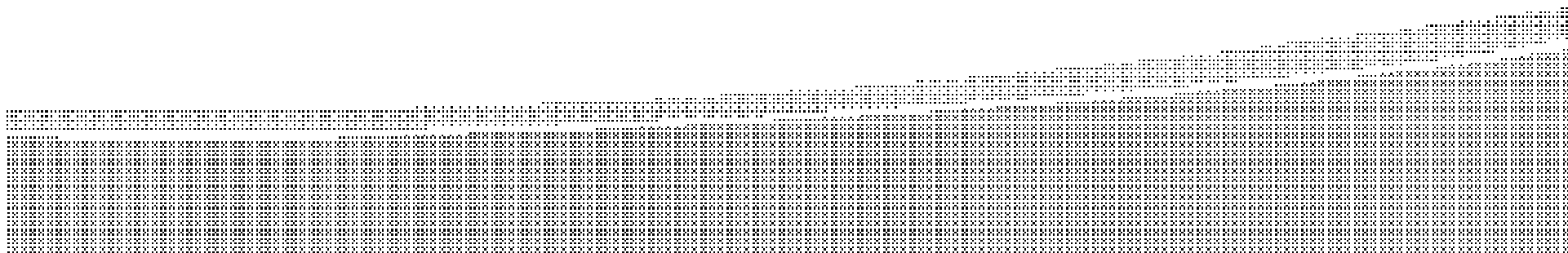




ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Выполнила
ФИО





ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – провести исследование по повышению эффективности деятельности турфирмы «Авелон» за счет использования метода директ-мейл.

Задачи:

1. Провести анализ литературы в соответствии с темой исследования.
2. Выявить специфику применения Интернет-рекламы, в частности direct mail в туризме.
3. Исследовать отношение потребителей к инструментам Интернет-рекламы.
4. Спланировать рекламную кампанию организации.
5. Проанализировать эффективность данной рекламной кампании.

Объект исследования: повышение эффективности деятельности турфирмы за счет использования метода директ-мейл.

Предмет исследования: специфика организации интернет-рекламы организации работающей в туризме.



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕРНЕТ – РЕКЛАМЫ

Использования Интернета в туристском бизнесе:

Особенности и пользования Интернета:

- узкая целевая направленность информации;
- возможность автоматического учета информации о пользователях;
- демократичность в области PR;
- интерактивное общение
- широкий охват
- относительная дешевизна





ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕРНЕТ – РЕКЛАМЫ

Интернет-технологии в маркетинговой деятельности туристических услуг:

Направления совершенствования Интернет-маркетинга в туристской деятельности:



- направленная работа с целевой аудиторией;
- создание первоначальной заинтересованности аудитории в получении информации;
- детальное информирование;
- неограниченный во времени доступ к информации;
- обеспечение актуальности и оперативности информации;
- интерактивное взаимодействие с аудиторией, обратная связь;
- ведение и анализ статистики;
- проведение опросов и исследований.



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕРНЕТ – РЕКЛАМЫ

Инструменты по продвижению услуг компании с помощью сетевых технологий интернета:

При подготовке и рассылке почтовой рекламы «Авелон» необходимо соблюдать следующие условия и особенности:



1. Четко сформулировать предложение.
2. Не перегружать рекламное письмо ненужной информацией.
3. В письме должно быть только то, что интересует потребителя.
4. Рекламное письмо должно быть написано простым языком.
5. Излагать всю информацию, необходимую для принятия решения.
6. Обязательно указывать уникальность торгового предложения.
7. Длинные заголовки в direct mail более эффективны.
8. Точно указывать средства обратной связи.
9. Сохранить индивидуальность характера письма.



ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМЫ «АВЕЛОН»

Общая характеристика турфирмы «Авелон»:





ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМЫ «АВЕЛОН»

Общая характеристика турфирмы «Авелон»:

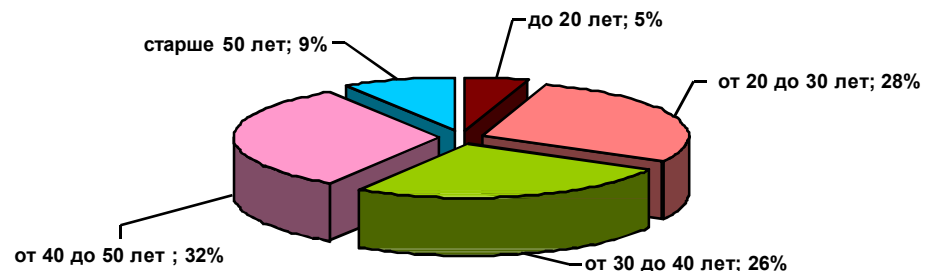
Финансово-экономические показатели деятельности ООО «Авелон» за 2011-2013 г., тыс. руб.

Показатели	2011	2012	2013	Отклонение 2013/2012	
				В абсолют значениях	В %
Объем реализации услуг	86730	98932,8	141846,7	42913,9	+31,1%
Численность сотрудников	24	24	31	7	+29,1%
Производительность труда на 1 работника	3613,8	4122,2	4575,7	453,5	+10%
Фонд оплаты труда сотрудников	2448,0	2880,0	4910,4	2030,4	+57%
Среднегодовая заработная плата 1 работника	102,0	120,0	158,4	38,4	+25%
Себестоимость услуг	65047,5	76102,1	107459,6	31357,5	+29,2%
Затраты на 1 руб. реализации	75	77	76	1	-1,3%
Прибыль от реализации	21682,5	22830,7	34387,1	11556,4	+33,7%
Рентабельность деятельности, %	33,3	30,0	32,0	2	+2%
Рентабельность продаж, %	25%	23	24,2	1,2	+1,2%



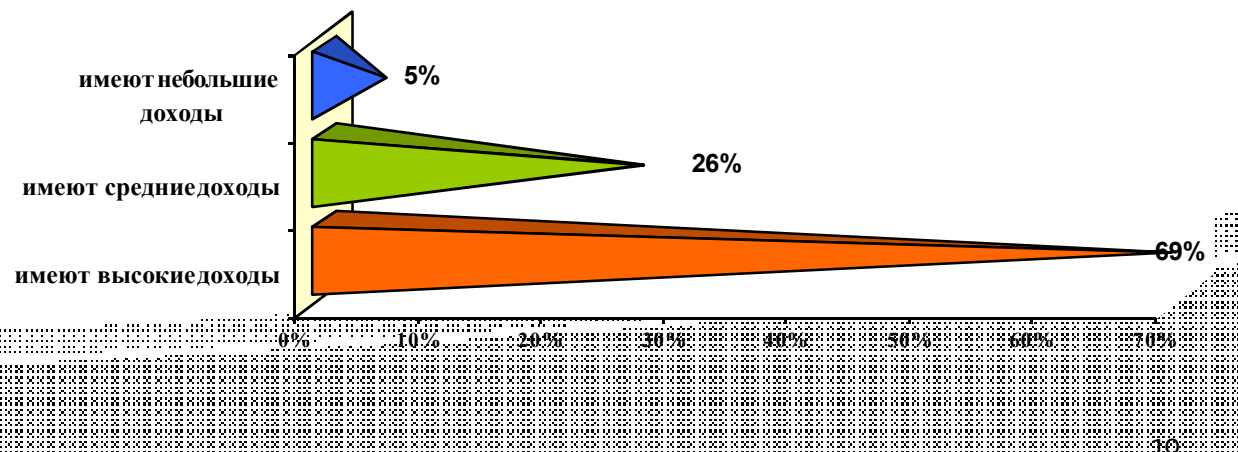
ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМЫ «АВЕЛОН»

Общая характеристика турфирмы «Авелон»:



Возраст покупателей услуг ООО «Авелон»

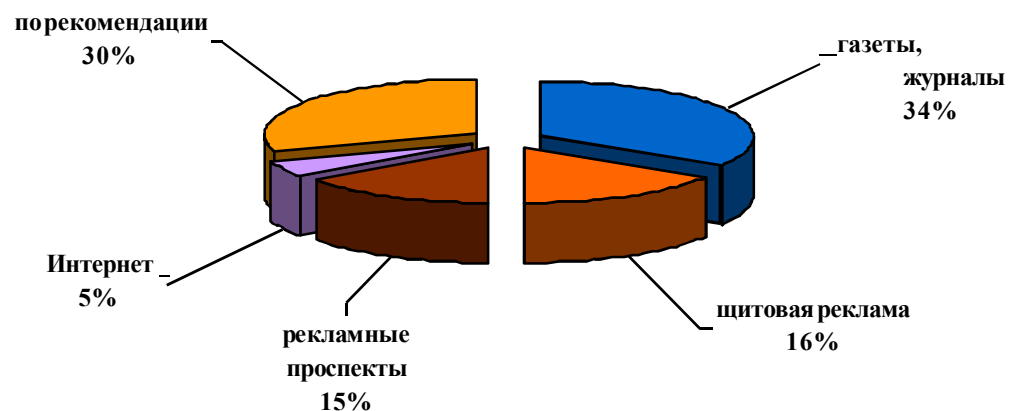
Покупатели туров по уровню доходов





ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМЫ «АВЕЛОН»

Общая характеристика турфирмы «Авелон»:



Эффективность рекламной деятельности

Оценка работы менеджера в офисе

менеджер был очень не организован, мы потеряли много времени

14%

не могу оценить

19%

менеджер ответил на мои вопросы. Был обходитель и не навязчив

67%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80%



ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМЫ «АВЕЛОН»

SWOT-анализ туристического предприятия ООО «Авелон»:

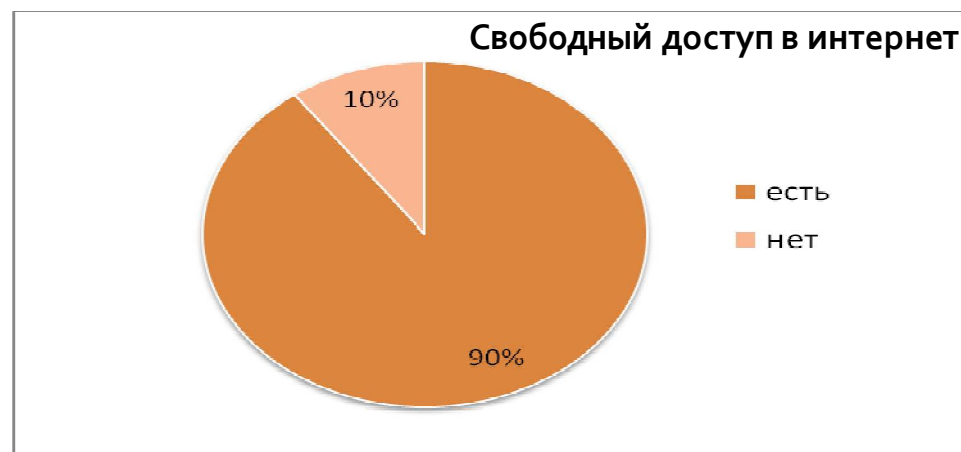
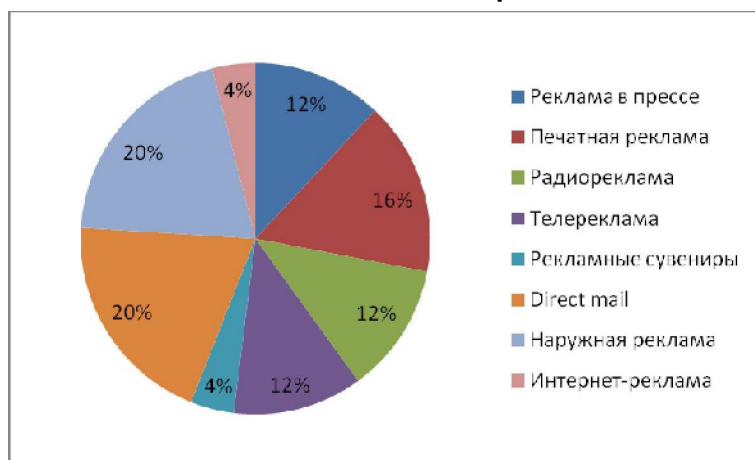
Сильные стороны предприятия 1. Ориентация на значительное количество рыночных сегментов облегчает поиск заказчиков и делает предприятие универсальным. 2. Хорошая программа стимулирования, позволяет иметь большое количество постоянных покупателей, обеспечивающих постоянный спрос	Слабые стороны предприятия 1. Ориентация на значительное количество рыночных сегментов не позволяет максимально учесть требования каждого из них. 2. Отсутствие продвижения через региональную сеть агентов 3. При снижении покупательской способности, предприятие из-за ориентации на дорогие экзотические туры может потерять много потребителей
Внешние возможности 1. Ориентация на значительное количество рыночных сегментов позволяет выходить на региональные рынки. 2. Возможности привлечь покупателей эксклюзивными экзотическими турами 3. Возможность развития за счет региональных рынков	Внешние угрозы 1. Конкуренция со стороны более сильных предприятий, торгующих схожим ассортиментом турпродуктов. 2. Сокращение доходов населения из-за кризиса, что приведет к сокращению платежеспособного спроса со стороны населения до таких объемов, которые будут невыгодны предприятию с точки зрения издержек. 3. Ужесточение регулирования со стороны государства в части страхования туруслуг



ПРОЕКТ ОРГАНИЗАЦИИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМЫ «АВЕЛОН» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА ДИРЕКТ-МЕЙЛ

SWOT-анализ туристического предприятия ООО «Авелон»:

Наиболее действенные виды рекламы





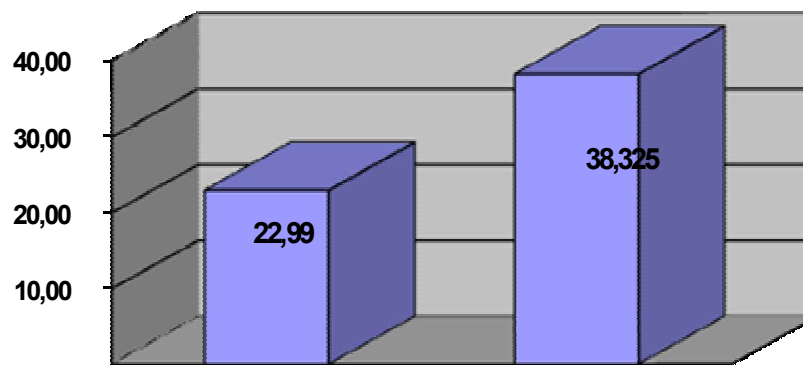
ПРОЕКТ ОРГАНИЗАЦИИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМЫ «АВЕЛОН» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА ДИРЕКТ-МЕЙЛ

Анализ эффективности метода директ-мейл в рекламной кампании турфирмы «Авелон»:

Показатели использования Интернет-рекламы
(Direct mail) компании "АВЕЛОН"

2013г.	2014г.
П = 1,17 млн. руб.	П = 2,59 млн. руб.
У = 0,98 млн. руб.	У = 1,344 млн. руб.
Тд = 22,990 млн. руб.	Тд = 38,325 млн. руб.
Э = 2,45 млн. руб.	Э = 5,27 млн. руб.
Р = 1,1 руб.	Р = 1,9 руб.
Число контактов = 66	Число контактов = 105

Объемы продаж в 2013-2014 гг.





ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ОРГАНИЗАЦИИ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

