План по проведению BTL мероприятий по брэнду

«Хмелер»

холдинг «Курьер»

# **ИСХОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

Отдел маркетинга и рекламы холдинга «Курьер» представляет предварительную программу по организации и проведению BTL – мероприятий в г. Кемерово, г. Новокузнецке, г. Томске.

**Дегустация с объяснениями правил игры**

BTL – мероприятия по продвижению нового бренда «Хмелер» холдинга «Курьер» в

48 магазинах г. Кемерово,

48 магазинах г. Новокузнецка,

48 магазинах г. Томска.

**Основные задачи:**

1. выведение новой марки на рынок, что приведет к увеличению осведомленных покупателей о продукте,
2. достичь увеличения уровня продаж пива «Хмелер» в магазинах в соответствии с наличием целевой аудитории,
3. лояльное отношение потребителей к продукту в розничной сети,
4. провести дегустацию для

7 200 потребителей г. Кемерово,

7 200 потребителей г. Новокузнецка,

7 200 потребителей г. Томска.

**Персонал промо-акции:**

*Работа в торговых точках:*

В каждом магазине работа осуществляется двумя промоутерами, располагающими опытом работы на подобных акциях или прошедшими обучающий тренинг по новому бренду компании «Курьер».

*Координация и контроль:*

Мобильный мерчендайзер

**Схема проведения:**

В магазинах города будет проводиться дегустация пива «Хмелер».

Помимо дегустации один из промоутеров ведет программу, рассказывая о преимуществах и достоинствах нового пива.

**Сроки проведения:**

Дегустация будет проводиться с 15 февраля 2003 года на протяжении 4-х недель с понедельника по субботу (время промо-акции составит 3 часа в день).

**Время проведения:**

Дегустация проводится с 17.00 до 20.00 часов.

**Сфера охвата:**

Всего в течение акции планируется охватить

48 магазинов г. Кемерово,

48 магазинов г. Новокузнецка,

48 магазинов г.Томска.

**Механика акции:**

1. дизайн стоек,
2. специальная одежда промоутеров,
3. оформление мест продаж пива (выкладка товара, рекламная продукция – информационные листовки, диспенсеры, шелфтокеры).

**Работа с потребителем:**

* кастинг промоутеров,
* текстовые материалы акции.

**Механика проведения BTL – мероприятия**

Основная идея мероприятия убедить потребителя в достоинствах данного продукта по сравнению с конкурентами.

|  |
| --- |
| **Действие в течение акции:**   1. Промоутер привлекает внимание потенциального потребителя пива и предлагает попробовать данный продукт. 2. Наливает пиво. 3. Рассказывает об особенностях и преимуществах данного продукта. |

Дополнительное привлечение внимания к акции:

* раздача информационных материалов: небольшие по формату информационные листовки.

**Возможные костюмы для промоутеров:**

Футболки и кепки (банданы) с изображением лого «Хмелер».

**Описание планируемых результатов работы:**

Планируемые результаты после подведения итогов проведенной промо-акции по новому бренду холдинга «Курьер»:

- общее количество посетителей торговых точек, получивших информацию о пиве, должно составить порядка 14 400 человек. По законам маркетинга один осведомленный человек передает позитивную информацию трем людям, те, в свою очередь, еще трем, те еще трем, т.е. 21 600 х 3 х 3 х 3 = 583 200 человек.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Итоговая таблица | |  |  |  |
| Количество магазинов | Количество  промо-акций | Приблизительный расход продукции на дегустацию | Расход стаканов | Количество контактов |
| 1 | 1 | 30 литров | 600 | 150 |
| 144 | 144 | 4 320 литров | 85 500 | 21 600 |

**Расход материалов на одну дегустацию (длительность дегустации 3 часа):**

**Расчет пива:**

0,05 х 4 сорта х 50 контактов х 3 часа = 30 литров

30 литров/ 4 сорта/ 0,5 литра (емкость бутылки) = по 15 бутылок каждого вида (Янтарное, Оригинальное, Специальное, Золотое)

**Расчет листовок:**

150 контактов в день х 1 листовка = 150 листовок

**Расчет стаканчиков:**

50 контактов в час х 3 часа х 4 сорта пива = 600 штук

**Расчет количества контактов:**

50 контактов в час х 3 часа = 150 контактов в день.

**Смета по проведению промо-акций (персонал)**

**по Кемерово и Новокузнецку**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Кол-во  сотрудников | Суточные | Проживание | Билеты | Сотовый | **Всего** |
| **КЕМЕРОВО** |  |  |  |  |  |  |
| Мерчендайзеры | 2 | 12 000 | 7 500 | 600 | 1 000 | 21 100 |
| Промоутеры | 2 | 7 290  (45рублей в час каждому промоутеру) |  |  |  | 7 290 |
| Аренда ООО Кора | 16 ТТ (8 ТТ \* 2 раза) | 150 рублей в день |  |  |  | 2 400 |
| **НОВОКУЗНЕЦК** |  |  |  |  |  |  |
| Мерчендайзеры | 2 | 12 000 | 7 500 | 1 400 | 1 000 | 21 900 |
| Промоутеры | 2 | 7 290  (45рублей в час каждому промоутеру) |  |  |  | 7 290 |
| **ТОМСК** |  |  |  |  |  |  |
| Промоутеры | 4 | 12 960  (40рублей в час каждому промоутеру) |  |  |  | 12 960 |
| **Итого** |  |  |  |  |  | **72 940** |

**Смета по производству промо мест во все города**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Ст-ть за ед, руб** | **Кол-во, шт** | **Итоговая ст-сть, руб** |
| Презентационная стойка | ~ 8 500 | 6 | ~50 000 |
| Одежда для промоутеров | ~315 | 40 | ~13 132 |
| Пластиковые стаканчики | 0,42 | 50 000 | ~21 000 |
| Урны | ~350 | 6 | ~2 100 |
| Шелфтокеры |  | 6 |  |
| Мешки для мусора | ~100 | 6 | ~600 |
| Диспенсеры |  | 6 |  |
| Листовки |  | 21 600 |  |
| Пиво "Хмелер" янтарное |  | 2 160 |  |
| Пиво "Хмелер" оригинальное |  | 2 160 |  |
| Пиво "Хмелер" специальное |  | 2 160 |  |
| Пиво "Хмелер" золотое |  | 2 160 |  |
| **ИТОГО** |  | **8 640 бутылок** | **~86 832** |

**Итоговая смета**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование работ | Стоимость |
| Проведение промо-акции (персонал) |  |
| Мерчендайзеры (проживание, дорога, суточные), 4 человека | 43 000 |
| Промоутеры – 8 человека | 27 540 |
| Аренда ТТ ООО Кора | 2 400 |
| Презентационная стойка | ~50 000 |
| Одежда для промоутеров | ~13 132 |
| Пластиковые стаканчики | ~21 000 |
| Урны | ~2 100 |
| Шелфтокеры |  |
| Мешки для мусора | ~600 |
| Диспенсеры |  |
| Листовки |  |
| Пиво "Хмелер" янтарное | 2 160 бут |
| Пиво "Хмелер" оригинальное | 2 160 бут |
| Пиво "Хмелер" специальное | 2 160 бут |
| Пиво "Хмелер" золотое | 2 160 бут |
| **ИТОГО** | **~159 772** |

Для проведения промо - акций в регионах необходима машина – Газель, чтобы доставить рекламную продукцию и стойки в магазины, и забрать это все обратно после проведения мероприятий. Существуют два варианта:

1. предоставление машины оптовиками,
2. аренда газели по 2 часа в день = 200 руб/час х 2 часа х 27 дней = 10 800 рублей в городе.

Следовательно, **ИТОГОВАЯ СУММА – 181 372 рубля.**

Сценарий проведения BTL-мероприятий

# Информация о продукте

Продукт:

«Хмелер»

Ассортиментный ряд:

Хмелер «Янтарное» - плотность 12%, алк., 4,5

Хмелер «Оригинальное» - плотность 13 %, алк., 4,7

Хмелер «Специальное»– плотность 14%, алк., 4,8

Хмелер «Золотое»– плотность 12%, алк., 4,5

Упаковка

Стекло

Производитель:

ЗАО «Пиво-Агро», Кемеровская область, п. Плотниково.

Что это за продукт: это новый продукт, который недавно появился на рынке, «Твое личное пиво».

# Основная идея бренда

«Хмелер» – пиво, подчеркивающее индивидуальность, позволяющее потребителю продемонстрировать свои личностные качества. «Твое личное пиво». Основные характеристики:

* *пиво для личного потребления,*
* *подчеркивает индивидуальность.*

# Целевая аудитория

Пол: мужской.

Возраст: 20 - 40 лет.

Доход: средний.

Жизненные ценности: общение с друзьями, свобода, стремление ко всему новому, модному.

Дополнительная аудитория: люди (женщины) в возрасте 25- 35 лет

## Стойка

Пластиковая стойка с нанесение фирменной символики.

## Промоутеры

Пол: женский.

Возраст: 20-25.

***Схема работы промоутеров на акции***

Необходимо привлечь внимание целевой аудитории. Первую фразу необходимо произносить в задором, ярко, завлекающее.

При дегустации важно не только произнести текст, но также проследить за реакцией.

Информацию о продукте необходимо произносить уверенно, но в то же время не очень навязчиво, без резких интонаций. Тон должен быть дружественный, как разговор двух приятелей.

### Дегустация

## Информация о продукте

# **Обращение к ЦА**

**Обращение к целевой аудитории**

Промоутеры должны обращаться преимущественно к мужским компаниям и одиночным покупателям, акцентируя их внимание на том, что пиво Хмелер – пиво для личного употребления, но можно проводить время за кружкой пива «Хмелер» и в кругу друзей.

Первая фраза обращения должна звучать ярко, привлекать к себе внимание.

**Текст:**

Добрый день! Пиво «Хмелер» уже ждет Вас!

##### Вариант

Здравствуйте! Скажите, Вы знаете, что такое «Хмелер»? Это новое пиво.

##### Вариант

Хотите узнать что такое «Хмелер»?! Попробуйте!

**Информация о продукте**

Вторая часть – это рассказ о продукте с целью заинтересовать потребителя.

Текст:

Германские пивовары продолжатели многовековых традиций, поэтому немецкое пиво известно во всем мире. Оно является олицетворением высокого качества и изысканного вкуса. Производимое по немецким рецептам и технологиям пиво «Хмелер» является символом традиций и отменного качества.

#### Дегустация

Один из промоутеров наливает пиво в стаканчик, второй рассказывает о нем.

Текст:

Попробуйте это прозрачное, светлое, холодное пиво – «Хмелер»

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |