

Brief

Základní údaje

Zadání: vytvořit novou marketingovou kampaň

Název projektu: „*Přes plošiny k výšinám*“

Termín: 1. 11. 2017 – 31. 1. 2018

Projekt marketingové kampaně „Přes plošiny k výšinám“ bude spuštěn počátkem měsíce listopadu a poběží do konce ledna 2018. Bude to zcela nová kampaň pro řadu podnikatelských subjektů zabývajících se instalací vánočních dekorací, včetně ozdobování vysokých stromků, ale i jejich následným odinstalováním. Kampaň je určena především firmám, ale i fyzickým osobám, které potřebují nainstalovat výzdobu v nadcházejícím vánočním období. V povánočním období by měla kampaň cílit na zákazníky, kteří naopak potřebují výzdobu odinstalovat, ale také pro možné využití služeb při ostatních činnostech.

Klient:

JiPa Energo s.r.o., se sídlem: Hliněný Újezd u Horažďovic 341 01,

- kontaktní osoby (jednatelé):

Bc. Pavel Heřman, Malý Bor – Hliněný Újezd 3E, 341 01;

Ing. Jiří Heřman, Komenského 1068/63, Bolevec, 323 00 Plzeň.

Popis aktuální situace

Společnost nabízí k pronájmu teleskopické a nůžkové pracovní plošiny pro nejrůznější výškové práce. Jedná se o krátkodobý, ale i dlouhodobý pronájem pracovních plošin různých typů, dle požadavků zákazníka. Společnost aktuálně disponuje čtyřmi plošinami, dvě teleskopické plošiny jsou plně využity. Nůžková plošina je využívána příležitostně. Kloubově teleskopická plošina typu Z není využita vůbec. Plošiny jsou využívány zejména při výškových stavebních pracích, jako jsou opravy střech, čištění okapů a komínů, omítání fasád, zateplování apod. Plošiny jsou vhodné i při instalaci dekorací a výzdoby spojené právě s nadcházejícím vánočním obdobím – např. zdobení vánočních stromků, vyvěšování

světelných řetězců apod. Pro transport plošin je využívána vlastní doprava pomocí traktoru Fastrak s podvalníkem do 22 tun hmotnosti.

Společnost je na trhu nová, tudíž se potřebuje rychle dostat do povědomí veřejnosti. Nástroje on-line marketingu považujeme za vhodný způsob, jak cílit na potenciální klienty. Tvorba PPC reklam v rámci sociálních sítí, bannery na stránkách souvisejících se stavebnictvím apod.

V současné době firma disponuje nově vznikajícími webovými stránkami <http://pronajem-plošin-horazdovice.webnode.cz/>, které ale ještě budou potřebovat vylepšit. Dále byla pro firmu vytvořena reklama v podobě bannerů. Stávající formy propagace je třeba dostat na vyšší úroveň a vhodně doplnit o další nástroje online marketingu jako např. PPC kampaň. Celý soubor nástrojů online marketingu by měl dostat nově působící subjekt mezi zaběhlou konkurenci v co nejkratší době, ideálně by měl pomoci konkurenci předejít.

Cíle

- nárůst počtu objednávek v daném období o 150 % oproti měsíčnímu průměru
- zvýšení návštěvnosti na webových stránkách
- nárůst počtu fanoušků na sociálních sítích

Marketingová strategie

Vzhledem k tomu, že jsme začínající firma, která se chce rychle dostat do povědomí potenciálních zákazníků, je především nyní před Vánocemi nejvhodnější příležitost, kdy na sebe upozornit. Pro toto období preferujeme strategii "vyzyvatele". Chceme zaútočit a zvýšit svůj tržní podíl, k čemuž by nám mohlo pomoci předvánoční období. Ostatně to je momentálně nejspíše naše jediná šance, jak se rychle v krátkém časovém období dostat nad úroveň konkurence, přestože na trhu nepůsobilme dlouho. Úroveň znatelně zvýší i povánoční období, kdy je zapotřebí následná deinstalace, a proto jsme se rozhodli kampaň nechat běžet v delším časovém horizontu.

Zároveň však chceme vedle strategie vyzyvatele využít i strategii "zaměření". Nechystáme se pojmout celý trh, máme v plánu zaměřit se pouze na ty tržní segmenty, které pro nás pro toto období přinášejí největší potenciál. Obsloužit chceme hlavně jiné podniky, které našich služeb využívají celoročně.

Požadujeme:

- založení a správu firemního profilu na sociálních sítích Facebook a Instagram
- návrh marketingové kampaně na těchto sociálních sítích
- SEO optimalizaci webu
- pro dané období návrh, tvorbu, správu a optimalizaci PPC kampaně + tvorbu bannerů

Omezení

Pronajímáme pracovní plošiny, na jejichž obsluhu se vztahují omezení, která jsou uvedena v zákoníku práce dle nařízení vlády, týkající se obsluhy strojů, zdvihacích, zvedacích, dopravních a chladících zařízení, která smí podle zákoníku práce obsluhovat pouze kvalifikovaný pracovník. Za kvalifikovaného pracovníka lze považovat osobu starší 18 let, která prošla odborným školením, jehož úspěšné zvládnutí danou osobu opravňuje obsluhovat pracovní plošinu.

Cílová skupina

Pro naši společnost jsou cílovou skupinou jak fyzické, tak právnické osoby působící v oboru stavebnictví nebo lesnictví. Konkrétně při stavbě či rekonstrukci budov, zateplování, fasádní opravy, opravy střech apod. Další možností využití je při sezónních pracích například při výzdobě vánočních stromků nebo kácení stromů.

Pokud jde o reklamy a jiné marketingové nástroje cílené na fyzické osoby, jsou zaměřené hlavně na muže zhruba od středního věku. Tato cílová skupina využívá služeb společnosti hlavně po své pracovní době. Využívá jich při práci na svých domech a pozemcích. Tato cílová skupina se pohybuje na internetu ve večerních hodinách a zaměřuje se na stránky ohledně sportu a událostí uplynulého dne. Na takových portálech muži stráví zhruba hodinu svého času. Dalšími místy, kde tato cílová skupina tráví čas, jsou například Facebook nebo portály, články v oblasti stavební činnosti. Odkud mnozí mohou čerpat inspiraci na stavební úpravy a jiné.

Na druhou stranu právnické osoby hledají takové služby i během dne. Cílem jsou převážně malé podniky, kterým se vlastnictví podobných zařízení nevyplatí. Společnost se ale také zaměřuje na nákupní centra a společnosti, které v sezónních obdobích využívají tyto služby při vánoční nebo velikonoční výzdobě. V souvislosti s výzdobou mohou využít služby

podniku města nebo vesnice. Velké podniky nejsou zásadní prioritou, ale reklamy a další marketingové nástroje jsou z určité části zaměřené i na ně. Je proto potřeba být ve vyhledávačích na prvních pozicích, aby firmy nestrávily příliš mnoho času při hledání naší společnosti. Totéž platí i u fyzických osob. Zároveň je nutné být vidět na portálech v dané oblasti i tam, kde je konkurence. Ale také na místech, kde není. Vhodné je umístění bannerů na stránkách, které se týkají dané oblasti ve stavebnictví.

Persona

Koncovým zákazníkem pro nás jako fyzická osoba je podnikatel Martin Starý. Je mu 52 let a společně se svou ženou a třemi dětmi žije celý život ve Strakonících. Živí se jako živnostník v oboru dělnických a manuálních prací. Konkrétně jako „hodinový manžel“. Jeho čistý příjem se pohybuje v rozmezí 25 – 30 tis Kč měsíčně. Ve svém volném čase rád cestuje po České republice, jezdí na kole nebo kouká na tenis či fotbal. Je také milovník dobrého vína. Po pracovní době se věnuje i práci na svém domě a na zahradě. Ke komunikaci používá zásadně mobilní telefon a na internetu tráví velmi málo času. Využívá jej nejčastěji k navštívení zpravodajských a sportovních portálů, Facebooku a emailu. Jeho problémem je to, že hodlá na Vánoce ozdobit dům světelnou instalací a vánoční dekorací. Vlastní dvoupodlažní dům a nechce tak stavět lešení, které by mu zabíralo mnoho místa na zahradě a zároveň by muselo být vysoké. Je také časově vytížený, proto je pro něj pronájem pracovní plochy nejlepším řešením.

Na druhou stranu právnickou osobou pro nás může být také město Horažďovice, které leží v západních Čechách, v okrese Klatovy. Žije zde kolem 5 000 obyvatel. Město řeší problém instalace vánoční výzdoby do ulic a také ozdobení vánočního stromku v centru města. Ten bude vysoký 15 metrů. Město nemá ve svém vlastnictví podobné zařízení, proto by služeb naší společnosti mohlo využít zároveň k odinstalaci ozdob. Tento problém řeší několik dalších menších měst a obcí v daném kraji.

Rozpočet

Na celý projekt si firma vymezila 45 000 Kč. Při opodstatněných důvodech je po jednání možné s rozpočtem dále pracovat, ovšem je nutno počítat s určitou rezervou.

Časový harmonogram

- brief předán agentuře 4.9.2017
- debrief 15.9.2017
- prezentace strategie 13.10.2017
- začátek kampaně 1.11.2017
- 1. průběžný report 15.11.2017
- 2. průběžný report 1.12.2018
- 3. průběžný report 15.12.2018
- 4. průběžný report 5.1.2018
- konec kampaně 31.1.2018
- závěrečný report 5.2.2018

Měření úspěchu a kontrola

Měření úspěchu a kontrola bude probíhat průběžně na základě 4 průběžných a 1 závěrečného reportu. Největší důraz bude kladen zvýšení počtu zakázek o 150 % oproti průměrnému měsíci. Měření potenciálního zásahu úspěšnosti placené reklamy nám zajistí především analýza ukazatele „ROI“, tedy návratnosti investic, která nám spočítá celkovou vynaloženou částku na celou online marketingovou kampaň na jednotlivého potenciálního zákazníka.