



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
Кафедра инновационных технологий управления в государственной
сфере и бизнесе

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(бакалаврская работа)

На тему Роль контент-маркетинга и его влияние на продвижение
товаров и услуг в интернете

Исполнитель Пашкова Анна Андреевна

Руководитель кандидат педагогических наук, доцент

Фейлинг Татьяна Борисовна

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой



доктор экономических наук, профессор
Фирова Ирина Павловна

« 09 » июня 2023г.

Санкт-Петербург
2023



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и бизнесе

Бакалаврская работа

На тему: Роль контент-маркетинга и его влияние
на продвижение товаров и услуг в интернете

Работу выполнила: Пашкова Анна Андреевна, СО-Б19-1

Руководитель: кандидат педагогических наук, доцент кафедры ИТУвГСБ

Фейлинг Татьяна Бористовна

Санкт-Петербург 2023

Введение

Цель: разработка нативного контента для продвижения детских товаров торговой марки «Vambolina» компании ООО «Дрогери ритейл»

Задачи:

1. выявить сущность и виды контент-маркетинга;
2. исследовать технологии продвижения товаров и услуг в интернете;
3. провести анализ организационно-хозяйственной деятельности сети магазинов «Улыбка радуги» компании ООО «Дрогери ритейл»;
4. разработать стратегию продвижения торговой марки «Vambolina» через торговую сеть «Улыбка радуги» компании ООО «Дрогери ритейл».

Актуальность:

Актуальность работы заключается в совершенствовании механизмов продвижения товаров и услуг, направленных на потребителей поколения Z с помощью эффективного контент-маркетинга.

Объект и предмет исследования:

Объект: контент-маркетинг, как инструмент в продвижении товаров и услуг в интернет.

Предмет: влияние контент-маркетинга на эффективность продвижение товаров сети магазинов «Улыбка радуги» компании ООО «Дрогери ритейл».

Основные теоретические аспекты

Контент-маркетинг - это стратегия, направленная на создание и распространение полезного и интересного контента для привлечения и удержания целевой аудитории.

С помощью контент-маркетинга можно:

1. привлекать новых клиентов и удерживать интерес существующих через поисковые системы, социальные сети, форумы, различные группы, проведение вебинаров;
2. удерживать внимание и лояльность потребителей к компании;
3. уменьшить затраты на продвижение товаров и услуг компании, поскольку разнообразный контент можно использовать не один раз и распространять без дополнительных затрат;
4. увеличивать конверсию на сайте и в социальных сетях компании, так как полезный и уникальный контент может убедить потребителя совершить покупку.

Виды контента :

- ежедневные посты в социальных сетях с полезной информацией;
- интернет-рассылки;
- блоги;
- видео-блоги;
- статьи;
- подкасты;
- чек-листы;
- лид-магниты;
- нативная реклама;
- собственный сайт;
- оформление магазина;
- контекстная реклама;
- вебинары;
- инфографика.

Торговая сеть «Улыбка радуги» компании ООО «Дрогери ритейл»

Философия торговой сети - торговые точки в шаговой доступности, обеспечивающие возможность совершения покупок бытовых товаров по дороге домой.

Целевая аудитория - жители близлежащих домов, семьи и одиноко проживающие мужчины и женщины. Наиболее активная доля потребителей женщины 20–60 лет как более заинтересованные в товарах для дома и для красоты. Средний доход, самостоятельно ведут домашнее хозяйство.

Конкуренты: «Магнит косметик», «РивГош», «Подружка».

- более **1000** магазинов
- более **200** городов России
- **11 000** сотрудников
- ассортимент около **15 000** товаров

Сотрудничество с маркет-плейсами:
«Яндекс Маркет», «СберМаркет»,
«AliExpress» и «Delivery Club».

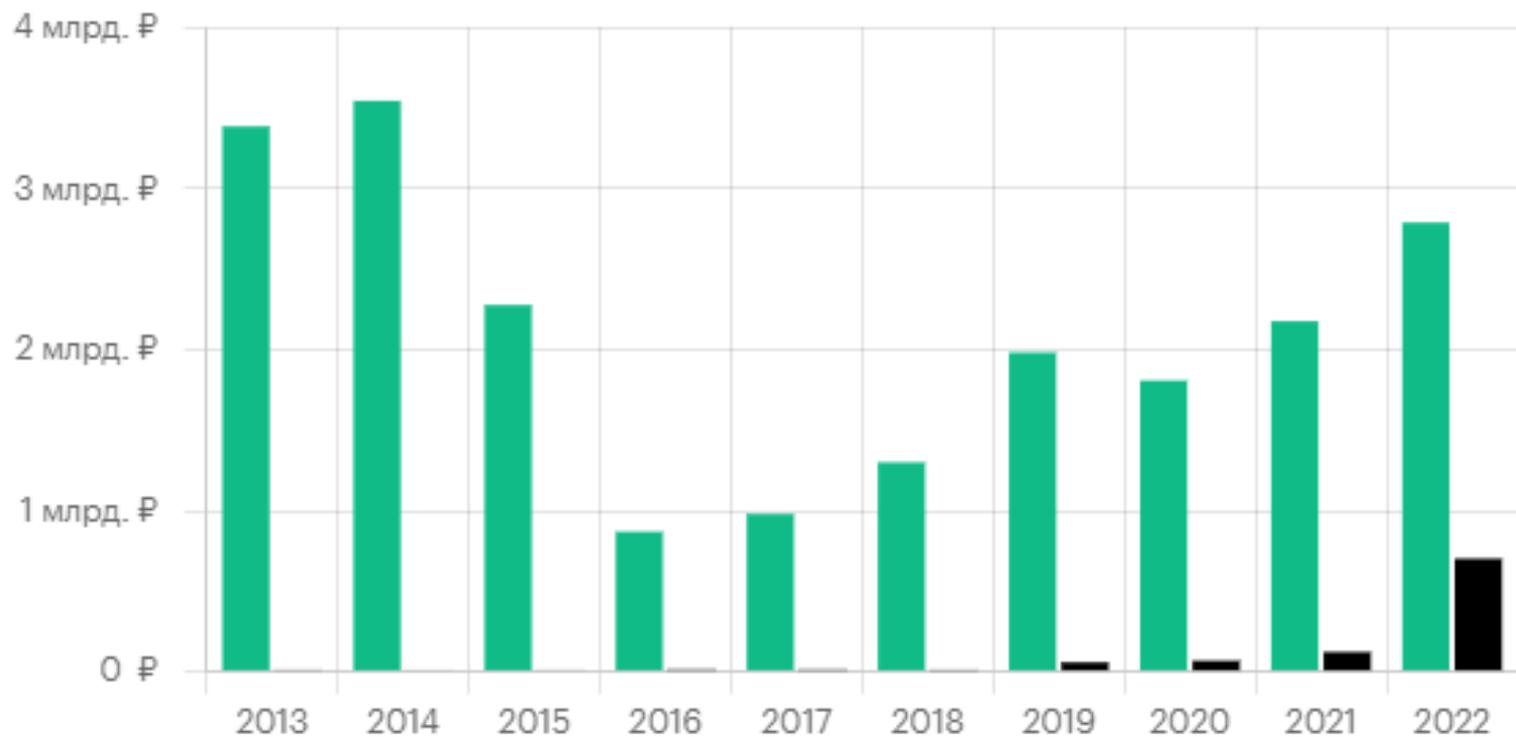
улыбка радуги



Все

● Выручка

● Прибыль



Прибыль торговой сети «Улыбка радуги»

Список товаров СТМ

Категория товаров	Бренд
Уход за волосами	Valori, Delicare, Adaly
Личная гигиена	INSO
Уход за телом	Delicare, Weis, Adaly, Carelax
Товары для детей	Ecologica, Bambolina
Одежда, аксессуары	Atto, Ameli
Товары для дома	Ecologica, Zondex, Guten tag, Kloger, Эконом, Haus Frau
Уход за полостью рта	D.I.E.S., EVERMEX
Уход за лицом	BeNabi , Weis, Botaniqua
Бритье	Defance, Carelax, Foammen, Silk Touch
Дезодоранты	Delicare, Carelax, Foammen
Стирка	Ecologica, Lavel
Сjкytxyфz cthbz	Weis, Defance

Коммуникационная деятельность торговой сети «Улыбка радуги»

Каналы продвижения:

Телевидение

Акции

POS-материалы

Наружная реклама

Дисконтные карты лояльности

Социальные сети: ВК,
Одноклассники, Viber,
Telegram, Яндекс Дзен,
YouTube

Сайт

Мобильное приложение

Печатные СМИ

Разработка комплекса мероприятий для продвижения детских товаров торговой марки «Vambolina» торговой сети «Улыбка радуги»

«Vambolina» - это торговая марка детской уходовой косметики компании ООО «Дрогери ритейл».

Преимущества торговой марки: безопасная косметика, не содержит вредных веществ, гипоаллергенная, яркий дизайн.

Целевая аудитория: семьи с детьми до 10 лет, детские сады, детские развивающие учреждения.

Креативная концепция: Интеграция товаров торговой марки «Vambolina» в повседневную жизнь семьи.

Основной посыл: «Держи радость в руках - играй вместе с нами!».

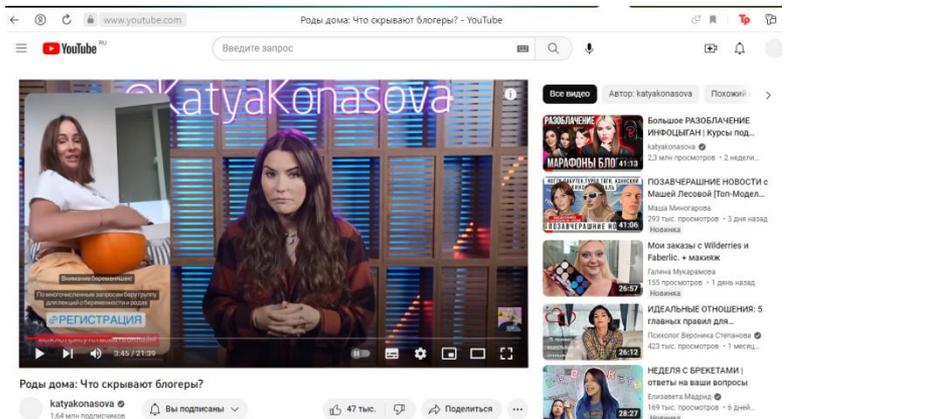
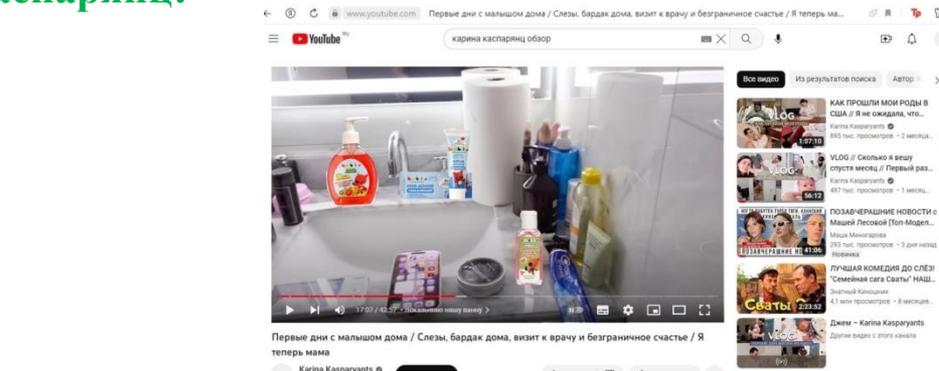


Логотип торговой марки «Vambolina»

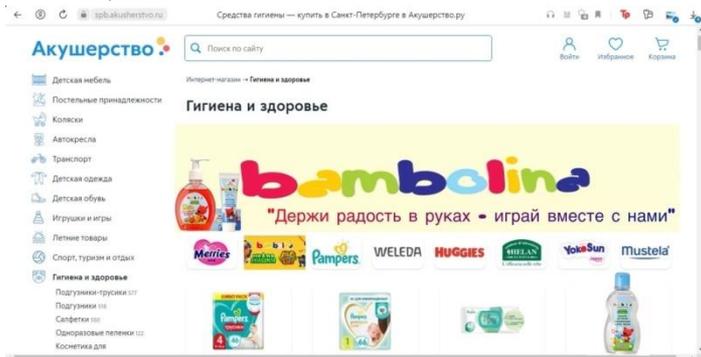
Мероприятия по продвижению товаров торговой марки «Vambolina»:

•Нативная реклама у блогера Елены Сажиной, Кати Конасовой и Карины Каспарянц:

1. видео-обзор
2. пост-отзыв
3. Shorts на Youtube
4. видео-пост
5. подкаст



- размещение нативной рекламы на сайте торговой сети «Улыбка радуги»;
- разработка гайда «100 советов для молодой мамы», где в разделе «Уход за ребенком» будут показаны товары торговой марки «Vambolina»;
- почтовая рассылка;
- разработать дизайн листовок с акцентом на товар;
- видео ролик на YouTube канале торговой сети «Улыбка радуги» с производства товаров торговой марки «Vambolina», чтобы показать высокое качество и стерильность продукции;
- разработка мобильного приложения специально для детей (игры и мультфильмы с персонажами торговой марки «Vambolina»);
- налаживание системы навигации (выделить товары по брендам, а не по категориям; выделить ассортимент собственной торговой марки в отдельное место в торговой точке; выделить товары собственной торговой марки POS-материалами, такими как: плакаты, картонные фигуры героев; расположить товары ближе к входу в торговую точку и на кассе).



Контент-план на 1 месяц

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
					1. Почтовая рассылка Оформление стеллажей Раздача листовок	2. Shorts на YouTube канале Елены Сажиной Запуск мобильного приложения
3. Раздача листовок Сервис «Здоровье» в Вк	4. Видео-пост с Еленой Сажиной Раздача листовок	5. Нативная реклама на сайте детских товаров Почтовая рассылка Раздача листовок	6. Пост-отзыв в блоге Елены Сажиной Раздача листовок	7. Видео-обзор с Кариной Каспарянец Раздача листовок	8. Подкаст с Катей Конасовой в Telegram Раздача листовок	9. Раздача листовок Нативная реклама на сайте «Улыбки радуги»
10. Раздача листовок	11. Почтовая рассылка Раздача листовок	12. Видео ролики на Youtube о производстве Раздача листовок	13. Почтовая рассылка Раздача листовок	14. Почтовая рассылка Видео-обзор с Катей Конасовой Раздача листовок	15. Почтовая рассылка Раздача листовок	16. Почтовая рассылка Раздача листовок
17. Запуск гайда Раздача листовок Нативная реклама на сайте «Улыбка радуги»	18. Нативная реклама на сайте «Улыбка радуги» Раздача листовок	19. Видео-обзор с Кариной Каспарянец Раздача листовок	20. Нативная реклама на сайте «Улыбка радуги» Раздача листовок	21. Видео-обзор с Кариной Каспарянец Раздача листовок	22. Нативная реклама на сайте детских товаров Раздача листовок	23. Подкаст с Катей Конасовой в Telegram Раздача листовок
24. Видео-пост с Еленой Сажиной Раздача листовок	25. Видео-обзор с Катей Конасовой Раздача листовок	26. Раздача листовок Нативная реклама на сайте «Улыбка радуги»	27. Раздача листовок Нативная реклама на сайте детских товаров	28. Нативная реклама на сайте «Улыбка радуги»	29. Раздача листовок	30. Раздача листовок

Оценка эффективности предложенных мероприятий

Инструмент	Ключевые показатели эффективности
Публикации в СМИ	Переходы на сайт, лид-магниты
Социальные сети (Вконтакте, YouTube, Telegram)	Охват, количество подписчиков, вовлеченность, лид-магниты, переходы на сайт, просмотры, лайки, репосты, отписки и подписки
Ивент-маркетинг	Количество регистраций, количество участников
Почтовая рассылка	Лид-магниты, кликабельность, просмотры сообщения, репосты
Приложение	Количество скачиваний, трафик
Сайт или блог	Трафик, лид-магниты, переходы на сайт

Выводы по предложенному комплексу мероприятий

Задействованы каналы распространения:

1. Официальный сайт торговой сети «Улыбка радуги»;
2. POS-материалы;
3. Почтовая рассылка;
4. Социальные сети: VK, Telegram, YouTube;
5. Приложение;
6. Сайт детских товаров «Акушерство. Ру»

Бюджет: 7 млн. рублей

Срок проведения: 1 месяц

Весь комплекс мероприятий представленный автором был направлен на продвижение торговой марки «Bambolina»

Результаты:

- увеличился охват целевой аудитории;
- увеличилась конверсия группы, сайта, приложения , это видно по количеству репостов и лайков;
- продажи «Улыбки радуги» выросли на более 5%
- онлайн-продажи - выручка и количество заказов через интернет увеличились почти в 4 раза;
- выручка с продажи на маркетплейсах «Яндекс Маркет», «СберМаркет», «AliExpress» и «Delivery Club» выросла в 7 раз.

Спасибо за внимание!