

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»

(за матеріалами ФОП «Домніч Анна Олегівна»,

(студія танцю «Lucky Dance Crew» м. Київ)

студентки 5 курсу 1 групи,
спеціальності
061«Журналістика»
освітньої програми «Реклама і
зв'язки з громадськістю»

Наложитової Надії
Євгеніївни

Науковий керівник
д.е.н., професор кафедри
журналістики та реклами

Файвішенко
Діана Сергіївна

Гарант освітньої
програми
д.е.н., професор
кафедри журналістики
та реклами

Файвішенко
Діана Сергіївна

Київ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА	5
1.1. Характеристика діяльності ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew» м. Київ).....	5
1.2. Аналіз рекламної діяльності ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew» м. Київ) у соціальних мережах.....	12
РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЄКТУВАННЯ	15
2.1. Розробка рекламної кампанії підприємства сфери послуг ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew» м. Київ) у соціальних мережах.....	15
2.2. Оцінка ефективності рекламної кампанії ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew» м. Київ) у соціальних мережах.....	19
ВИСНОВКИ	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	24
ДОДАТКИ	27

ВСТУП

В умовах гострої конкуренції та динамічної активності між підприємствами сфери послуг спостерігається зростання значення соціальних мереж, актуальним стає аналіз діяльності підприємств у цій сфері, збільшується увага розвитку та впровадження рекламних кампаній, присвячених соціальним мережам. Ця активна діяльність направлена на підвищення іміджу, обізнаності та лояльності споживачів сучасного підприємства, створення відчуття довіри до нього та надійності його послуг.

Актуальним стає розробка рекламних кампаній та візуальна присутність останніх у соціальних мережах, особливо сьогодні в умовах пандемії та воєнного часу, являє собою візуально-сміслову єдність послуг компанії, що охоплює всі аспекти її роботи: від зовнішнього до приміщень і швидкий зворотній зв'язок внутрішньо. Соціальна мережа – це саме платформа для взаємодії та розвитку підприємства, формування та підтримки іміджу, розширення контактів зі споживачами та лояльної аудиторії, розширення позицій лідера на ринку послуг.

Сьогодні цю проблему активно досліджують науковці: К. Веркман [2], М. Гундапін [3], Н. Добробабенко [4], Д. Ейрі [14], Д. Картер [13], О. Мельникович, Д. Файвішенко. Проте питання досі залишається актуальним та потребує більш детального аналізу.

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної є процес запуску рекламної кампанії компаній сфери послуг у соціальних мережах ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»).

Предметом дослідження є методологічні та теоретичні основи проведення рекламних кампаній для компаній сфери послуг у соціальних мережах ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»). Метою дослідження була розробка рекламної кампанії для підприємств сфери послуг у соціальних мережах ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю

«Lucky Dance Crew»). Для досягнення поставленої мети були визначені основні завдання:

- охарактеризувати діяльність підприємства у сфері надання ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») в соціальних мережах;
- аналіз рекламної кампанії ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») в соціальних мережах;
- Підтвердження розробки основної концепції рекламної кампанії підприємства сфери послуг у соціальній мережі ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»)- Розробка рекламних кампаній для підприємств сфери послуг в соціальних мережах ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»).

Лише при досягненні цілей та завдань, зазначених у роботі, можна провести успішну корпоративну рекламну кампанію та представити макет реклами відповідно до соціальних мереж ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»).

Інформаційною основою дослідження є дані аналізу соціальних мереж, аналіз конкурентного середовища підприємств сфери послуг та візуальне представлення схеми рекламної діяльності підприємства.

Структура дипломної роботи складається з 2 розділів, висновків, 13 літератури та 5 додатків, загальним обсягом 34 сторінки.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

1.1. Характеристика діяльності ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»)

Підприємство сфери послуг ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»), танцювальна студія для дітей та підлітків, з професійними тренерами для групових тренувань.

Засновником та керівником підприємства є ФОП Домніч Анна Олегівна.

Вид діяльності (КВЕД): 85.51 Освіта у сфері спорту та відпочинку

Танцювальна студія, яка спеціалізується на професійному виді спорту, а саме: Мажорет-спорт. Її основна ціль - опанувати здоровий спосіб життя, обрати активність, спорт, розвиток, опанувати сучасні танцювальні напрями, вдосконалити рухи, досягти цілі та знайти нових друзів.

Концепція 4P (Product, Price, Promotion, Place) дарує характеристику найважливіших аспектів діяльності танцювальної індустрії.

У студії працюють кваліфіковані тренери високого рівня професійності: 3 основних тренера одна з яких є сама засновниця та поглиблені тренери спеціалізовані на гімнастиці та акробатиці, для підвищення рівню підготовки дітей.

Головні конкуренти є у прикладі у табл. 1.1

Таблиця 1.1

Конкуренти ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew», станом на 01.01.2023 р.

1	2	3
Танцювальна студія «CheerLadies»	м. Київ, Проспект Науки 29а, Спорткомплекс НУХТ, https://www.instagram.com/cheerladiesdance/ https://www.facebook.com/CheerLadiesDance/	
Танцювальна студія «StaRS»	С. Тарасівка https://www.facebook.com/LittleStarsTarasivka/	
Спортивна школа «SportLIKO»	М. Київ, Вул. Конєва 7б, https://www.facebook.com/SportLiko/	

Виходячи із закону попиту та пропозиції в сфері послуг, цінова політика танцювальних студій нічим не відрізняється від конкурентних шкіл і студій. Lucky dance дарує перше безкоштовне пробне заняття, для ознайомлення дитини та прийняття рішення щодо подальшої комунікації зі студією, разову оплату, щомісячно та наперед на півроку, в місяць проводяться 12 тренувань, ціна одного тренування 250 грн. Ціни та розклад представлені в актуальному на сторінці в інстаграм <https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDM4ODQ5NDU4MDU1NjI4?igshid=YmMyMTA2M2Y>

Танцювальна студія LDC (Lucky dance Crew) має свої сторінки у соціальних мережах Instagram та Facebook, відсутні інші месенджери та офіційний сайт у мережі Інтернет, табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Огляд соціальних мереж ФОП «Домніч Анна Олегівна» (студія танцю «Lucky Dance Crew»)

Назва підприємства	Розміщення	Елементи ФС
	https://www.facebook.com/ldc.kyiv/	Логотип, @ldc_kyiv фірмові кольори
	https://www.instagram.com/ldc_kyiv/	Логотип, Фірмовий одяг

Місце знаходження: Танцювальна студія Lucky dance знаходиться у будівлі Новопечерської школи (Новопечерські Липки) за адресою Драгомирова 9Б. Покажемо позицію ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»), в конкурентному середовищі за допомогою карти сприйняття для визначення оцінки потенційних та існуючих клієнтів для подальшого визначення вектора розвитку рис. 1.1.

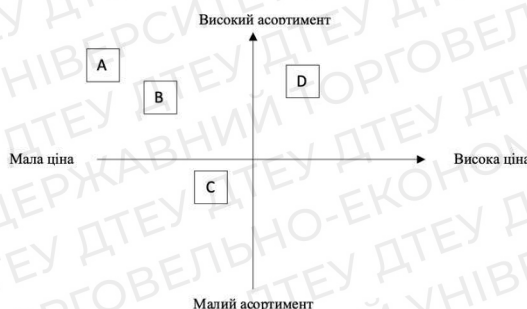


Рис. 1.1. Карта сприйняття основних конкурентів ФОП «Домніч Анна Олегівна» (студія танцю «Lucky Dance Crew»)

Точкою «А» позначено танцювальну студію «Lucky dance» із асортиментом послуг за середню ціну на ринку розважальних послуг у м. Київ. Точкою «В» – позначена Танцювальна студія «CheerLadies», надає менший асортимент у сфері послуг за конкурента «А», відсутня робота з батоном, додаткова робота з різними видами хореографії окрім черлідінга та мажорет спорту. Точка «С» – Танцювальна студія «StaRS» мають доступні ціни для пропозиції у вигляді малого асортименту. Точка «D» Спортивна школа «SportLIKO»

Мають ціну вище за рахунок того, що мають більше пропозицій спортивної діяльності,але з меншою якістю ніж у точки «А». Для наочного сприйняття подано 4 типи сегментів клієнтів (рис.1.2).

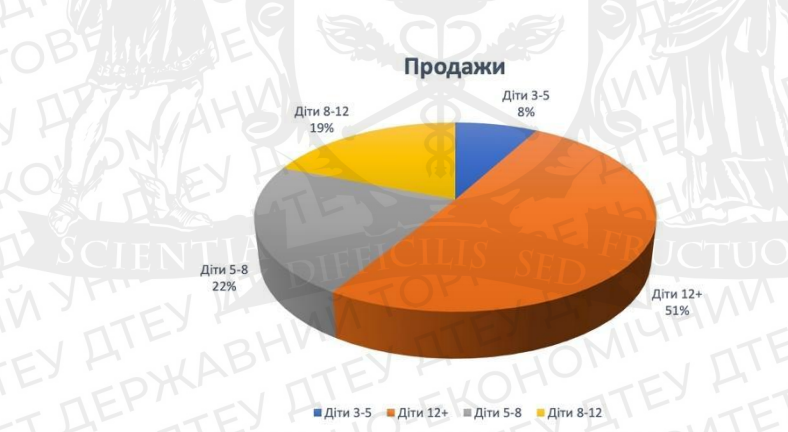


Рис. 1.2. Аналіз цільової аудиторії школи танців ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»),

За рис.1.2 можемо відокремити такі сегменти споживачі з яких основними у цільовій аудиторії танцювальної студії «Lucky dance» ФОП Домніч Анни Олегівни є аудиторія середнього віку дітей та старшого віку. Детальний опис профілів цільової аудиторії школи танців наведено у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Опис профілів цільової аудиторії
ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»)

№	Сегмент	Специфіка ринкової поведінки	Специфіка		Частка, %
			е л е м е н т	відмінності	
1	2	3		4	5
1	Діти 12+	Індивідуальний підхід, створення тренувальної атмосфери, професійний тренінг, формування збірної, надання консультацій щодо визначення напрямку тренувань, зручне розташування, об'єктивність важливіше ціни та часу. Також роблять акцент на атмосферу, майстер-класи та присутність спеціальних гостей.	п о с л у г а, ці н а, мі с ц е	Основний акцент у розвитку іде саме на цей сегмент.	51

Продовження табл. 1.3

2	Діти 8-12	Атмосфера навчання комфортна, актуальна та сучасна, можливості для професійного розвитку.	по слуга, проосування	Консультації та навчання високоосвічених викладачів та тренерів, психологічні тренінги, підкреслення важливості групових занять за стандартною програмою, індивідуальний підхід до кожного клієнта, підтримка протягом усього процесу навчання та адаптації, у формі вебінарів Надання додаткових послуг для реалізації професійних можливостей для підлітків Презентація робіт в Інтернеті та соціальних мережах кожного клієнта.	19
3	Діти 5-8	Якість надання послуг, здорова атмосфера найбільший уклон у рошвиток та різнобїрвність розвитку навичок у поглибленості вивчення матеріалу.	послуги, місця	Візуальна подача матеріалу та витрат здійснюється через тренерів та сторіз у соціальних мережах. Пропозиція різних додаткових видів підготовки та додавання нових тренерів з гімнастики та акробатики.	22
4	Діти 3-5	Важливе вибір тренера, важливе місцезнаходження та розмір надання послуг, довіра до тренера.	ціни, інформація, місця	Співвідношення ціна-якість, інтенсивність та гнучкість надання послуг. Відсутнє інформаційне наповнення сайту та соціальних мереж підвищення вимогливості до тренера та тренувань, створення почуття надійності співпраці.	8

Таким чином, за даними табл. 1.3 та аналіз відгуків на сторінці у відкритому доступі <https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQzNzAxMTUzOTgyMTE2?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, Ключовими характеристиками клієнтури є важливість

співвідношення ціна/якість, компетентність тренера, кількість інформації на сторінках у соціальних мережах, наявність веб-сайту, сучасність методики навчання, професійний розвиток та довгострокова співпраця. Для оцінки стану ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») застосовано SWOT-аналіз, що дає можливість проаналізувати внутрішні (сильні та слабкі сторони) і зовнішні (можливості та загрози), що впливають на розвиток студії, табл. 1.4.

Таблиця 1.4

SWOT – аналіз ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»)

О Зовнішні можливості	Показник	Т Зовнішні загрози	Показник
1) Велика місткість ринку 2) Міжнародне партнерство та міжнародні змагання 3) Розширення філіалів студії танцю	5,4 3,4 1,3	1) Економічна криза (погіршення економічного стану) 2) Пандемія Covid-19 та воєнні дії 3) Агресивна рекламна політика конкурентів 4) Невисока купівельна спроможність населення	5,8 7,6 1,9 1,7
Загальний показник	10,1	Загальний показник	17
S Внутрішні сильні сторони	Показник	W Внутрішні слабкі сторони	Показник
1) Молодий та активний персонал 2) Значний досвід праці у сфері 3) Міжнародний досвід тренерів та освіта 4) Обладнані танцювальні зали для тренувань	0,5 0,5 0,6 0,5 0,6	1) Менеджмент 2) Недостатній досвід в рекламній комунікації 3) Недостатність кваліфікованих кадрів 4) Недостатня обізнаність на ринку 5) Недостатня онлайн присутність інструментів щодо надання послуг	0,7 0,8 0,7 0,2 0,5
Загальний показник	2,8	Загальний показник	2,9

Аналіз чинників, представлених у SWOT-аналізі, дав змогу зробити такі висновки ФОП «Домніч Анна Олегівна» (студія танцю

«Lucky Dance Crew») має слабкі сторони, основними з яких є відсутність єдиного образу та презентації в соціальних мережах, недостатня активність та обізнаність щодо рекламних заходів та зниження кількості клієнтів, а також відсутність акценту на орієнтацію на клієнта та зворотній зв'язок з аудиторією. Основними загрозами є втрата постійних клієнтів, ситуація з пандемією Covid-19 і та війна в країні. Щоб усунути негативні наслідки, рекомендується посилити сильні сторони.

Стратегія спрямована на мінімізацію слабких сторін на основі використання зовнішніх можливостей: посилення рекламної діяльності та основних конкурентних позицій; внутрішнього менеджменту школи, корпоративності фірмового стилю, посилення рекламних комунікацій у напрямі презентації школи танцю у соціальних мережах, впровадження корпоративного духу, сучасного обладнання для тренувань, обладнання захистних укриттів та санітарної захищеності населення в умовах пандемії.

Отже, проаналізувавши діяльність ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»), розглянувши її можливості та загрози, слабкі та сильні сторони, можна зробити певні висновки. В умовах високої конкурентоспроможності підприємств сфери послуг, зростання популярності активності, потребує проведення аналізу рекламної активності школи танцю та популяризації саме у соціальних мережах та мережі Інтернет, підняття корпоративного духу ідентифікуючими засобами, застосування інструментів рекламної діяльності в офлайн та онлайн середовищі.

1.2 .Аналіз рекламної ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») у соціальних мережах

Використовуючи правильні інструменти в рекламній діяльності підприємств сфери послуг та аналізуючи їхній вплив на цільову аудиторію, можна підкреслити конкурентні переваги компанії, виявити приховані мотиви та зміцнити контакти з аудиторією.

Основні цілі рекламної діяльності танцювальної студії.

- Мотивувати цільову групу до участі в заходах і відвідування занять.
- Зміцнення лояльності та налагодження контактів.
- Створення позитивного іміджу.
- Інформує про особливості навчання в танцювальній школі та групових заняттях.
- Ефект полягає в стимулюванні таких дій.
- Повідомляє про конкурентну перевагу.

Класифікацію рекламних комунікацій представлено в табл. 1.5

Таблиця 1.5

Рекламні комунікації ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») станом на 01.01.2023 р.

Критерії комунікацій	Ознаки комунікацій
За способами	Візуальна, друкована, інтерактивна
За інструментами	Основні заходи (реклама)
За спрямованістю	Зовнішні
За цілями	Мотивуюча, інформуюча, переконуюча
За об'єктами	Послуги
За формою встановлення зв'язку	Вертикальні, горизонтальні
За характером відносин	Особові, безособові
За відносинами з цільовою аудиторією	Формальні, неформальні, вербальні

Таблиця 1.6

Порівняльна таблиця ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») з конкурентами

Характеристики	Студія танцю Lucky Dance	Танцювальна студія «CheerLadies»	Спортивна школа «SportLIKO»
Наявність сайту Соціальних мереж	- https://www.instagram.com/ldc_kyiv/	- https://www.instagram.com/cheerladiesdanc/	- https://www.facebook.com/SportLiko/

Елементи фірмового стилю	- Логотип Фірмовий шрифт Фірмовий колір Фірмовий блок	- Логотип; Фірмовий шрифт Фірмовий колір Фірмовий блок	Торговельний знак; Логотип; Слоган Фірмовий шрифт Фірмовий колір Фірмовий блок
-----------------------------	---	--	---

Продовження табл. 1.6

Сувенірна продукція	Фірмова Форма, наколінники, получешки	Фірмові футболки.	Наявні фірмові футболки.
Фірмові елементи (інтер'єр)	Зали для тренувань не оформлені	Вивіска при вході	Оформлені зали для тренувань.
Сфера надання послуг	Молодий привітний, персонал; високе знання надання послуг	Привітний персонал; середнє знання асортименту послуг	Привітний персонал; гарне знання асортименту послуг наявність CRM-телефонії в офісі

Якщо компанія приймає рішення усю основну рекламну інформацію передавати через такі соціальні мережі як Facebook та Instagram дуже важливу роль буде відігравати потік інформації та її оформлення, наповнення та актуальність інформаційного контенту, справлення враження на відвідувачів за рахунок графічного оформлення і зручності навігацій.

РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЄКТУВАННЯ

2.1. Обґрунтування оновлення концепції рекламної кампанії ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»)

Цілі розроблення рекламної кампанії: покращення іміджу танцювальної студії, створити конкурентних переваг та визначених позицій на ринку, популяризація діяльності соціальних мережах, обладнання укриттів та генераторів для забезпечення безпеки клієнтів. Портрет цільової аудиторії: дорослі та їх діти (сучасні, активні, емоційні, активний спосіб життя, розвиток, націлені на професійний ріст), батьки, середній дохід, 90% цільової аудиторії - мешканців м. Київ, які живуть неподалік, це розробка й реалізація рекламної кампанії із запропонованими цінностями, фокус і те, що може найефективніше позиціонувати на ринку. Оновлена концепція заснована на творчому підході та креативних ідеях: візуальна концепція, вербальна концепція. Інтегрований план подано у табл. 2.1

Таблиця 2.1

Інтегрований план застосування інструментів рекламної кампанії станом на 01.01.2023 р.

Цільова аудиторія	Канали комунікації	Носії комунікації
B2C	Digital-інструменти	Аналіз веб-сайтів, соціальних мереж та підтримка мобільних пристроїв. Екранізація, висвітлення конкурентних переваг, наповнення веб-сторінок релевантним контентом, створення блогів і відео таблоїдів, встановлення посилань на сайті оптимізація зображень Постійне оновлення відповідного контенту в соціальних мережах, розміщення реклами та відео в соціальних мережах на

	сторінках Instagram, Facebook і каналу YouTube, створення посилань на сторінки та зворотній зв'язок.
--	--

Продовження табл. 2.1

		Аудит сторінок сайту та соціальних мереж щодо наповненого Розробка та реклама на сторінці «Instagram», Tik-Tok, Банерна реклама в пошуковій системі «Google+», активізація пошукових систем, контроль за контентом, Зовнішній аудит соціальних мереж, моніторинг посилань із зовнішньої реклами, зворотній зв'язок, цифрова реклама, візуал, активності через мобільний додаток «Viber» та месенджер «Telegram». контенту, аналіз звітності у динаміці
	Партнерство та виставки, майстер-класи	Діджиталізація екскурсії, online тренування, Внутрішня та зовнішня E-mail-розсилка, створення медіаанонсів
	Мережа Інтернет	Крауд-технології, дайджест, медіазвіти, статті у спеціалізованих професійних журналах та виданнях
	Онлайн журнали	Розсилка, запрошення підприємствам, контрагентам, потенційним партнерам з прайсами та пропозицією до співпрацю

Запропоновані заходи рекламної активності дозволять поступово реалізувати етапів та охопити цільову аудиторію. План виходів e-mail розсилки танцювальної школи представлено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2.

План виходів e-mail розсилки школи танцю

Тип e-mail розсилки	Періодичність	Характеристика	Приклад листа
1	2	3	4

Тригерні	4-6 разів \ місяць	Відправляються автоматично;	«Дуже вдячні за зворотний зв'язок», «Чекаємо Вас на пробне заняття» і т.п.
Акційні	2-5 рази \ місяць	Відправляються в період спеціальних акцій, пропозицій з новими цінами.	«Спеціальна пропозиція» «Майстер-клас», «Онлайн-тур», «Професійний тренер» і т.п.
Тематичні	4-5 разів \ місяць	Містять цікавий інформативний контент	«Тренди 2022: танцювальні пропозиції», «Мова рухів», «Школа танцю» тощо.

Бюджет реалізації заходів для компанії школи танцю станом на 01.01.2022 р.

Таблиця 2.3

**Загальний бюджет реалізації рекламних заходів
лютий – липень 2023 р.**

Захід	Деталізація заходу	Вартість, грн.	Період
1	2	3	4
Розробка концепції оновленої сторінки у соціальних мережах Facebook Instagram	Дизайн сайту та соціальні мережі, встановлення чат-боту	6000	червень 2023
	Робота дизайнера	5000	лютий 2022
	Рекламний бюджет	7000	лютий – липень 2023
	Встановлення системи «Callback» на сайті, зворотний зв'язок у соціальних мережах	3000	лютий – липень 2023
Банерна реклама	У контекстно-медійній пошуковій системі «Google»	10000	серпень – вересень 2023
Розсилка в мобільному додатку Viber, Telegram Link		4500	Лютий 2023
Участь у заходах	Участь у тренуваннях, корпоративних заходах офлайн/онлайн	5000/250	лютий – грудень 2023
Загалом		40500/10200	

Подано та розроблено макет проєкту запуску сайту та сторінки для створення покупки необхідного обладнання та фірмового одягу для танців, що

представлено у Дод. А. Також було розроблено тематичну сторінку в Instagram, де представлене фото танцювальної студії, новинки та досягнення Дод. Б. Макет сторінки Instagram та основний контент-план для соціальних мереж наведено у дод. В, разом з концепцією формування оновленої рекламної програми акцент зроблено на формування позитивного образу; збільшення пізнаваності й популярності школи танцю; залученості нової цільової аудиторії, збільшення охоплення потенційних споживачів.

Запропоновано параметри розробки реклами у соціальних мережах Facebook, табл. 2.5, наочно макет оголошення в мережі подано в Дод. Г.

Таблиця 2.4

Реклами в соціальній мережі Facebook станом на 01.01.2023 р.

Параметри	Значення
Ціль рекламування	Збільшення конверсії
Дія якою вимірюється	Запис
Країна	Україна
Аудиторія	Київ
Вік	25+
Охват за день	7 000
Покази в день на 1 користувача	4
Графік виходу	з 01.01.23 р. по 01.04.23 р.
Бюджет:	15000 (грн.)

Розроблено макет реклами мобільного додатку Viber, Telegram, LinkedIn, де основні характеристики, представлені в табл. 2.7 та макети сторінок подано у Дод. Е.

Таблиця 2.5

Розробка бізнес-акаунту у соціальних месенджерах Viber та Telegram, ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») станом на 01.01.2023 р.

Налаштування	Параметр	Значення
Хостинг акаунтів	Ціна	Від 3000 грн / місяць

Реєстрація бізнес-акаунту	Кількість користувачів в мобільному додатку «Viber»	1000 осіб
	Бізнес-бот на 4 месенджера, повідомлення	https://sendpulse.ua/agency/chatbot
	Вартість підключення	від 3000 (грн.)
Розсилка	Аудиторія	Всі споживачі, користувачі мобільного додатку Viber, Telegram
		Аудиторія від користувачів сайту до покупців
	Періодичність розсилки	Один раз на тиждень

Продовження таблиці 2.5

	Особливості розсилки	Перелік послуг студії, пропозиції, програма лояльності, акції, навчання, консультування, тестування, пошук інформації
--	----------------------	---

В цілому слід зазначити, що розробка рекламної програми, оцінка рекламних засобів, здійснення моніторингу ринку рекламних послуг, оцінки ефективності рекламної діяльності сьогодні набувають особливої актуальності, і дозволяє охопити всю цільову аудиторію, два ключових ядра: B2B та B2C ринок.

2.2. Оцінка ефективності рекламної кампанії підприємства сфери послуг ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») у соціальних мережах

Оцінка ефективності рекламної кампанії дає можливість отримати показники доходів, стан лояльності споживачів, посилити позиції, визначити показники медіапланування. Так, основні результати щодо сторінки у соціальній мережі Facebook, наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Результати показників сторінки у соціальних мережах Facebook/Instagram станом на 01.01 2023 р.

Показник	Facebook	Instagram
Кількість підписників	508	964
Кількість публікацій	97	119
Період	76 днів	76 днів
Охоплення	8014	5204
Взаємодії	214	785
Реакції	18	75
Коментарі	19	51
Репости	5	46

Таким чином, за планом загальне охоплення постів у соціальних мережах відповідно Facebook/Instagram 8014/5204, нових підписників 308/961, але за планом планується збільшення аудиторії, де КРІ зросте на 40% через збільшення публікацій та просування через мобільні додатки й соціальні мережі.

Подано діаграму типів постів у соціальних мережах на рис. 2.1.

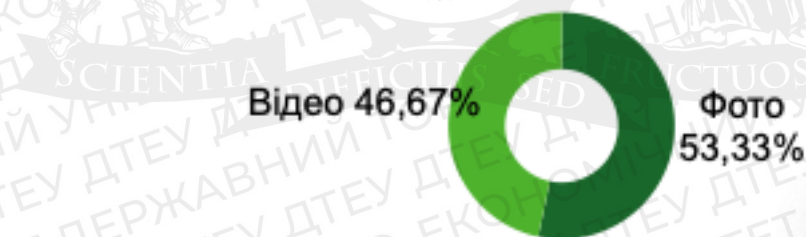


Рис. 2.1. Тип постів у соціальних мережах станом на 01.01.2023 р.

Як бачимо, 53,33% приходить на фото, але бачимо зростання відеоконтенту, що дає змогу стверджувати про підвищення взаємодій.

Сумарний рейтинг рекламної кампанії у соціальних мережах подано у табл. 2.7. З урахуванням сумарного рейтингу та загальної кількості виходу рекламного повідомлення, подано середній рейтинг, детально в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Сумарний та середній рейтинг двох використаних інструментів комунікації за станом на 01.01.2022 р.

Інструмент	Показник	Формула	Результат
------------	----------	---------	-----------

Реклама в соц. мережі «Facebook»	GRP	GRP = Reach* Frequency GRP = 32056*4 = 128224	128 пунктів рейтингу
Реклама в соц. мережі «Facebook»	Середній рейтинг	Середній рейтинг = GRP/ Frequency Середній рейтинг = 128/4	32
Реклама в соц. мережі «Facebook»	CPP	CPP = бюджет медіа плану/ GRP CPP = 5790/128	45,23 грн.
Реклама в пошуковій системі «Google»		CPP = 15000/250	60 грн.
Реклама в соц. мережі «Facebook»	CPT	CPT = вартість розміщення реклами у даному медіа носії/обсяг аудиторії носія*1000 CPT = 5790/32056*1000	180,6 грн.
Банерна реклама в «Google»		CPT = 15000/63561*1000	235,9 грн.

Ефективність реклами в мережі Інтернет згідно рентабельності розрахована по формулі:

$$P = (\Pi / U) \cdot 100\%$$

де P – рентабельність реклами в %,

Π – прибуток, отриманий від рекламування товарів,

U – витрати на рекламу даного товару

Прибуток від сайту дорівнює 15400 грн. грн., де показники подано до табл. 2.8

Таблиця 2.8

Оцінка ефективності рекламної програми за рентабельністю

Інструмент	Формула	Результат
Соц. мережа «Facebook»	$P = 15400/5790 \cdot 100\%$	26,59%
Реклама в пошуковій системі «Google»	$P = 15400/15000 \cdot 100\%$	10,26%
Розсилка в мобільному додатку Viber, Telegram, Link	$P = 15400/5000 \cdot 100\%$	30,8%
Участь у виставках, конференціях	$P = 15400/5000 \cdot 100\%$	30,8%
E-mail-розсилка	$P = 15400/3200 \cdot 100\%$	48,13%

За цей час аудиторія зросла, та рівень залученості став більш активним. Найбільш ефективними є пости, в яких застосовано та впроваджено єдиний

візуальний стиль, представлено послугу та конкретні переваги. Рекомендовано продовжувати дотримання єдиного стилю публікацій, створення контент-плану відповідно до візуальних стандартів бренд, збільшення мультимедійного контенту відеовізуального уявлення про послуги та конкурентні переваги з акцентом на безпеку клієнтів в умовах воєнного часу, поширення інформації на сторінках у соціальних мережах. З метою збільшення уваги до українського продукту, підвищення обізнаності, створення ком'юніті серед цільової аудиторії танцювальної школи. Популяризація лозунгів «Будьте активними на Facebook», «Дотримуйтеся продуманої стратегії контенту», «Робіть кожен пост активним», «Створюйте більше унікального контенту».

Загалом, представлені інструменти є потужним інструментом для розвитку студії танцю, сприяють підвищенню лояльності клієнтів і збільшення доходів. та методів визначення ефективності рекламної кампанії є придатними та ефективними інструментами в соціальних мережах та в мережі Інтернет. Загалом, рекламні програми



ВИСНОВКИ

В умовах високої конкурентної політики, високої активності підприємств на ринку послуг, актуальним стає пошук концептуального підходу, формування філософії, місії, цінностей підприємства, підвищення лояльності споживача, мультимедійний обмін інформацією та проведення рекламної активності у соціальних мережах.

У випускній кваліфікаційній роботі було проаналізовано діяльність підприємства сфери послуг, аналіз рекламної діяльності підприємства, представлено оновлену концепцію розвитку рекламної кампанії танцювальної студії, розроблено інструкцію щодо використання рекламних макетів та оцінка ефективності запропонованих дій для ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»).

В аналітичній записці випускної ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») проаналізовано діяльність. Представлено конкурентні переваги у порівнянні з іншими підприємствами сфери послуг, застосовано метод 4P, представлено SWOT-аналіз ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew»), визначено сильні сторони, які

необхідно при зміцненні позицій школи танцю на ринку у порівнянні з конкурентами. Методом визначення портрету аудиторії виокремлено вектори взаємодії. У роботі проаналізовано існуючі інструменти рекламної діяльності підприємства, виокремлено слабкі сторони, зроблено висновок щодо популяризації, цінностей школи та конкурентних переваг у соціальних мережах. Посилено позиції диджитал інструментів. Запропоновано макети банерної реклами, створення елементів офіційного сайту та сторінки у мережі Instagram.

На оновленому офіційному сайті розміщена вся необхідна інформація танцювальної студії, інформація про персонал та тренерів, контакти, запропоновано зворотній зв'язок. Запропоновано контент-план для соціальної мережі Instagram з запропонованим та розробленим контент планом, подано характеристики постів (від інформаційного до розважального особливо в умовах онлайн).

Відповідно до завдань випускної кваліфікаційної роботи було розроблено медіаплан, представлено медіабюджет, бюджет запропонованих інструментів рекламної кампанії.

Загалом, рекламна кампанія у соціальних мережах ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») має провідну та суттєву роль у створенні та просуванні успішного продукту сфери послуг, виокремлено шляхи посилення позицій бренду для збільшення контактної аудиторії та розширення мережі шкіл. Загалом рекламна кампанія дає змогу залучити нових клієнтів, зміцнити стосунки із лояльною аудиторією, сформувати спільноти серед тренерського складу та клієнтів разом з високою якістю надання послуг та оновленим концептуальним підходом ФОП «Домніч Анна Олегівна», (студія танцю «Lucky Dance Crew») посилить конкурентні позиції, розширить можливості, займе лідируючі та провідні позиції у сфері послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон про рекламу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>.
2. Іттен Й. Мистецтво кольору / Й. Іттен.: Издатель Д. Аронов, 2010. – 96 с.
3. Райс Є. Позиціонування : навчальний посібник / Є. Райс, Д. Траут, Ю.М. Капшуревський; під ред. Є. Райса. - 2005. - 120 с.
4. UMG [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.umg.ua/>
5. Carter D. E., Stephens S. MW The Big Book of Design Ideas 3 [Текст] : / David E. Carter, Suzanna MW Stephens / Harper Collins Publishers Inc., 2008. - 384 p.
6. Eirey D. Identity Designed : The Definitive Guide to Visual Branding [Текст] : / David A. – Rockport, 2019. – 288 p.
7. Gardner B. Logolounge [Текст] : / Bill Gardner. - К. : Rockport, 2005. - 191 p.
8. Прайс-лист друку [Електронний ресурс]:. - Режим доступу: <https://wolf.ua/uk/offset-calc/>. – Назва з екрана.
9. MMR [Електронний ресурс]: Світ реклами. - Режим доступу: <https://mmr.ua/> Назва з екрана.
10. CMO Survey [Статистика досліджень CMO Survey [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://cmosurvey.org/results/august-2017> – Назва з екрану].
11. I. Gamova, D. Fayvishenko, H. Bryukhanova, Y. Shkurov and O. Holik, "The Impact of Computer Graphics on the Popularity of a Social Media Account", 2022 IEEE 10th International Conference on Information, Communication and Networks (ICICN), Zhangye, China, 2022, pp. 537-542, doi: 10.1109/ICICN56848.2022.10006578.

ДОДАТКИ

Додаток А

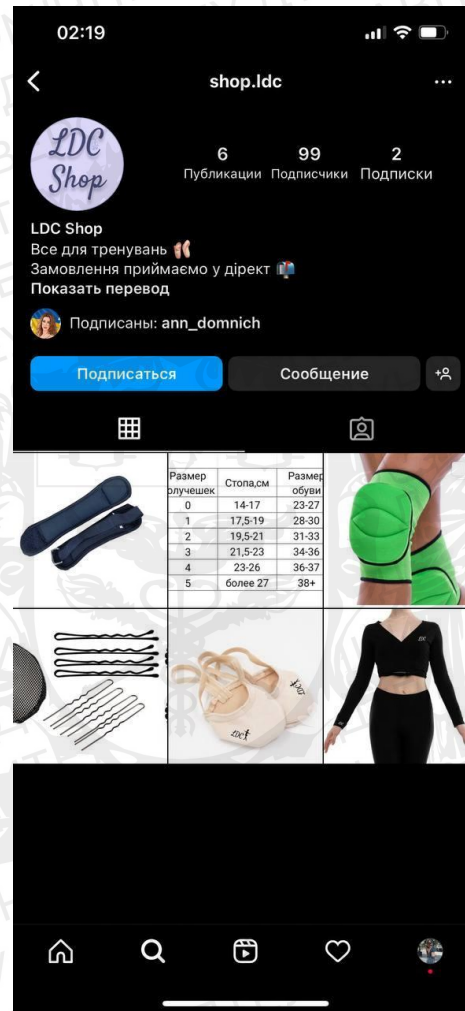


Рис А.1. Сторінки для створення покупки необхідного обладнання та фірмового одягу для танців.

<https://instagram.com/shop.ldc?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Додаток Б

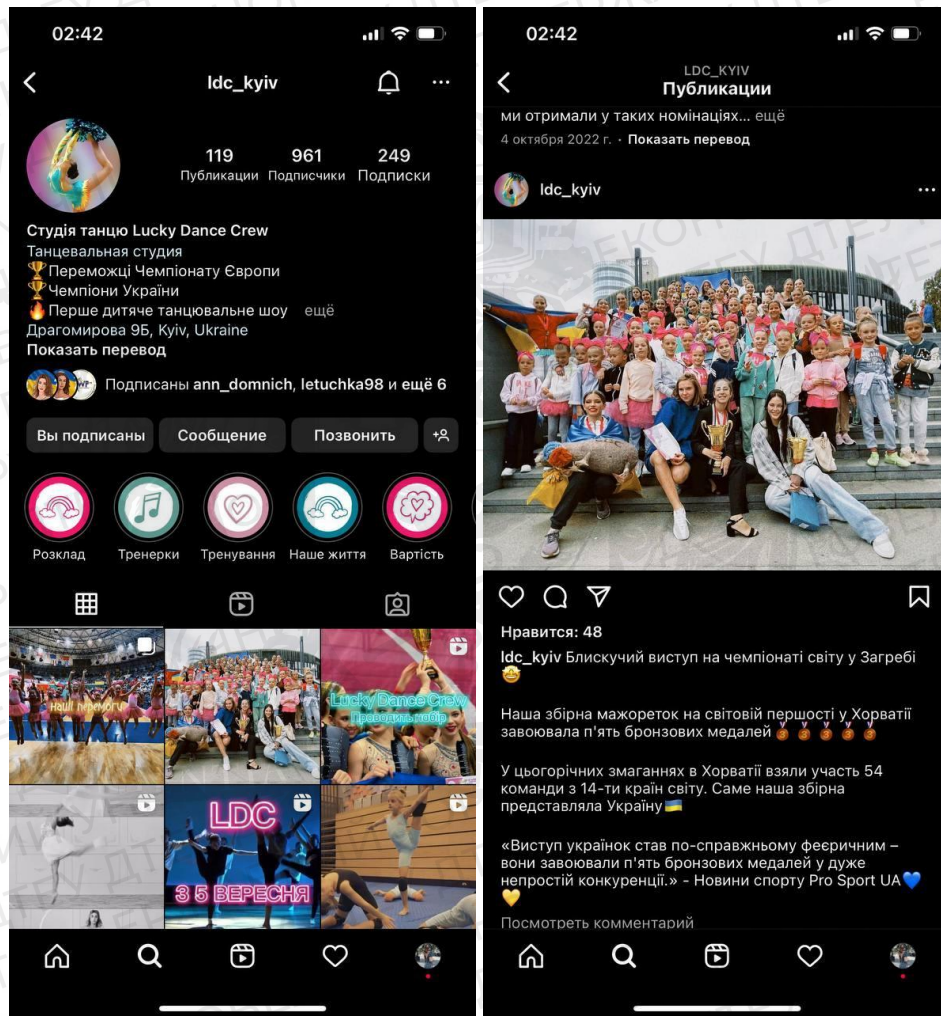


Рис. Б.1. Макет розробленої сторінки офіційної сторінки Instagram ФОП «Домніч Анни Олегівни» (танцювальна студія Lucky Dance) станом на 01.01.2023 р.

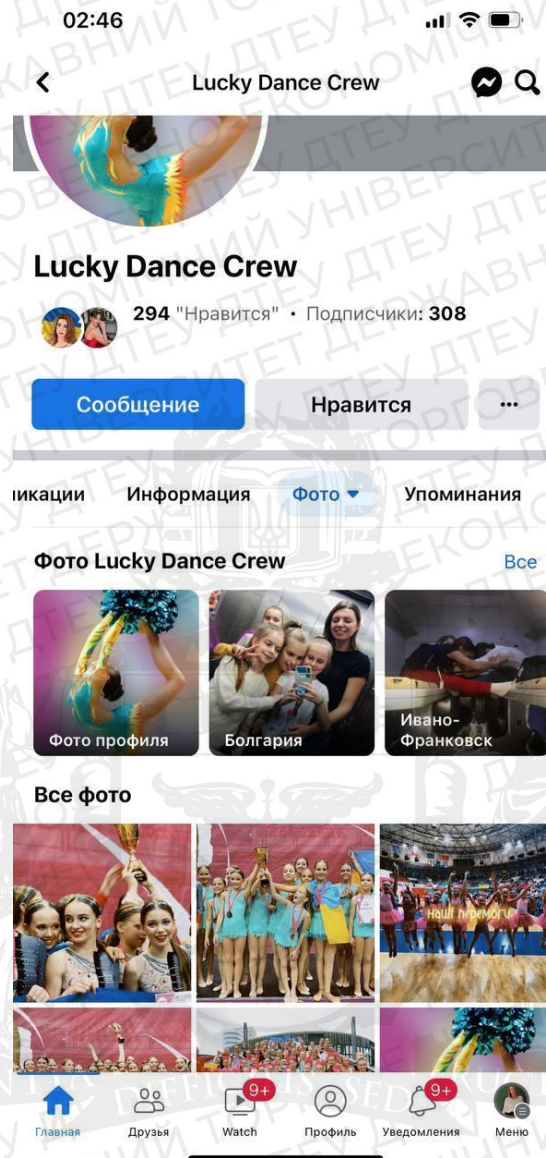


Рис. Б.2. Макет розробленої сторінки офіційної сторінки Facebook ФОП

«Домніч Анни Олегівни» (танцювальна студія Lucky Dance)

станом на 01.01.2023 р.

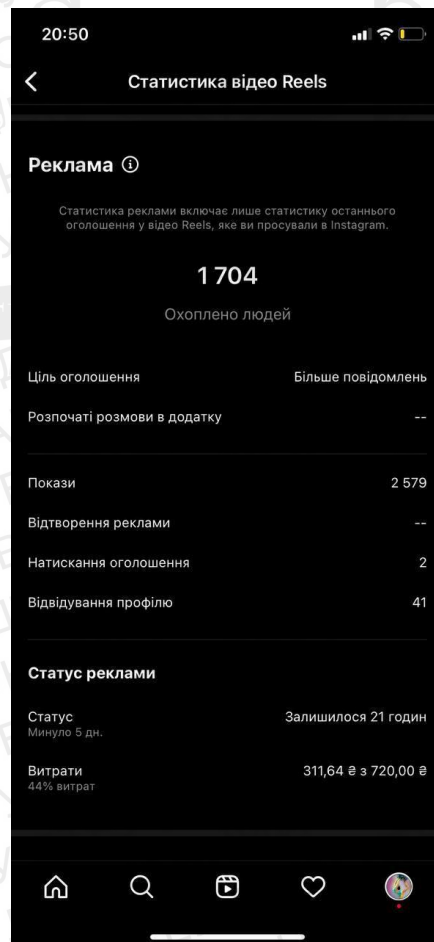




Погіи студії LDC

2022-2023

10.11-14.11	КУБОК СВІТУ В МОНТЕКАТІНІ
КІНЕЦЬ ЛЮТОГО	ТАНЦЮВАЛЬНЕ ШОУ "ЛУСКУНЧИК"
08.04-15.04	ТАНЦЮВАЛЬНИЙ ТАБІР ПО ПІДГОТОВЦІ ДО ЧЕМПІОНАТУ ЄВРОПИ
23.06-30.06	ЧЕМПІОНАТ ЄВРОПИ (СЛОВЕНІЯ,МАРІБОР)





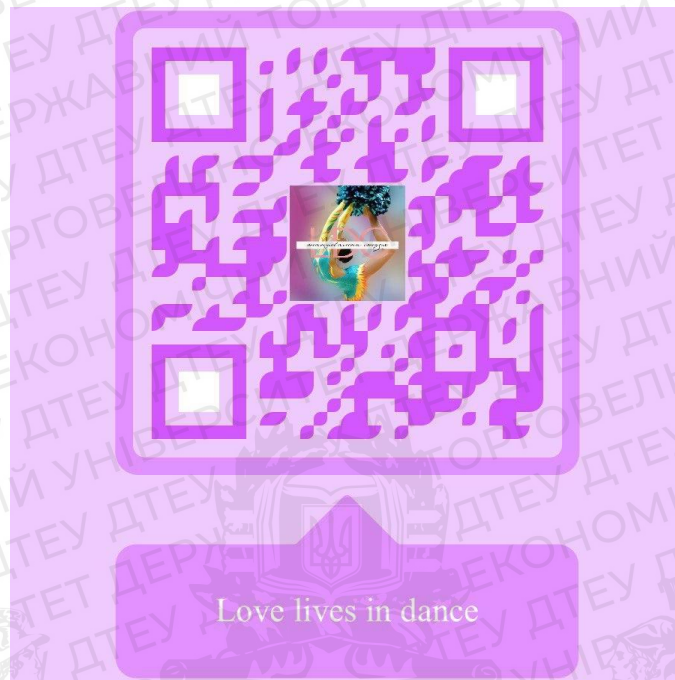
Додаток Г

Контент-план ФОП «Домніч Анни Олегівни» (танцювальна студія Lucky Dance)
станом на 01.01.2023 р.

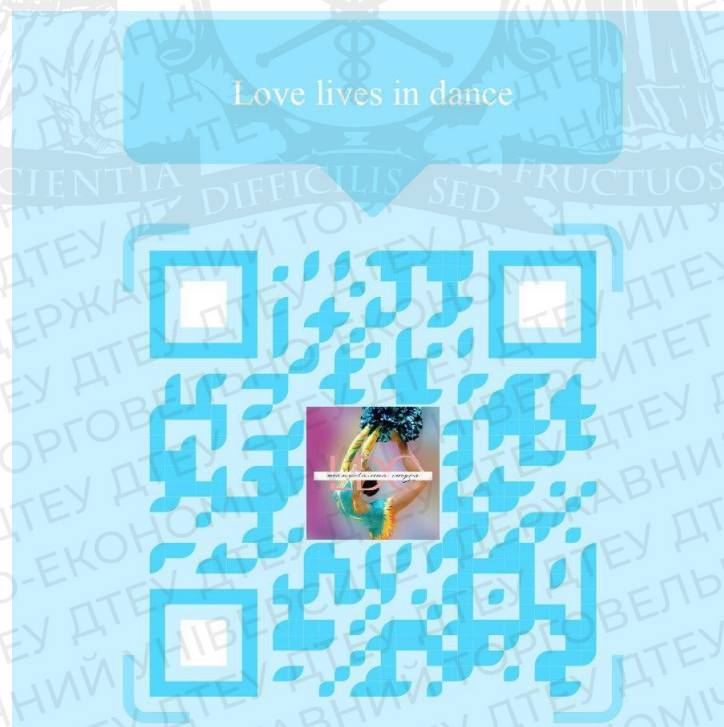
День	Час виходу поста	Тип посту	Опис посту
Понеділок	12.00	Комерційний	Хто ми. Що ми пропонуємо. Де знаходимось. Конкретні переваги (безпека, генератори, світло, зв'язок)

Вівторок	12.00	Інформаційний	Наші досягнення
Середа	12.00	Інформаційний	Акційні пропозиції
Четвер	12.00	Інформаційний	Активність наших тренувань
П'ятниця	12.00	Інформаційний	Тренування онлайн, офлайн, корисна інформація
Субота	12.00	Розважальний	Фото-колаж наших тренувань
Неділя	12.00	Розважальний	Кумедний фотоконтент

Додаток Д



*Рис. Д.1. QR код сторінки Instagram ФОП «Домніч Анни Олегівни»
(танцювальна студія Lucky Dance) станом на 01.01.2023 р.*



*Рис. Д.2. QR код сторінки Facebook ФОП «Домніч Анни Олегівни»
(танцювальна студія Lucky Dance) станом на 01.01.2023 р.*