


# Discothèque

Команда “Фалядо”

Идеология и целевая  
аудитория бренда.  
Финансовый и  
маркетинговый план.

# Преимущества нашей сети караоке-баров

- Удобное и современное оборудование
  - Хорошая звукоизоляция для отдельных комнат
  - Атмосферный интерьер
  - Наличие кафе-бара с напитками и закусками
  - Скидки по праздникам и в дни рождения
  - Льготы для студентов
  - Скидки от партнеров-доставщиков на заказ роллов, пиццы, фаст-фуда
- 

# Ценности и образ бренда



# Целевая аудитория

## Основная целевая аудитория:

- Люди 16-45 лет
- Любят проводить время в компании
- Предпочитают проводить свободное время в более активной форме, чем просто посиделки за столом
- Любители различных жанров музыки
- Низкий или средний достаток
- Активные пользователи Интернета
- Любят вкусную еду
- Одно из главных хобби - пение

## Решающие факторы для выбора заведения:

- Сильная выраженность стилистики и бренда заведения
- Доступность заведения
- Наличие уникальных предложений
- Завлекающая рекламная кампания
- Наличие различных скидок и акций


# Ежемесячные расходы без маркетинга

Статья расходов	Нижняя сумма, руб	Верхняя сумма, руб
Расходы на персонал	280000	320000
Налоговые и страховые взносы	78400	80000
Медицинский осмотр (на сотрудника в нормальной клинике), проводится один/два раза в год	170	340
Аренда помещения	80000	80000
Коммунальные расходы	20000	40000
Вывоз мусора	1500	2500
Алкогольная лицензия	5500	5500
Закупка продуктов	100000	500000
Партнерство	5000	20000
Интернет + телефония	2000	3000
Непредвиденные расходы (5-10% от затрат)	28628,5	105134
<b>Итого:</b>	<b>601198,5</b>	<b>1156474</b>

+ Налог на доход 6%

# Маркетинговый план

Компактный план, не расплываемся, фокусируемся на 2 инструментах:

- **Первый инструмент** – посты продающего типа в соцсетях: продвигаем нашу группу ВК, покупаем посты в пабликах ВК, Telegram
  - **Второй инструмент** – покупка рекламы на билбордах с упором на центр города и торговые центры
- 

# Бюджет маркетинга

Статья расхода	Сумма, тыс. руб.
Реклама в интернете	
Платные посты в профессиональных сообществах	200
Офлайн-реклама	
Вывески (наружная реклама)	120
Билборды (наружная реклама)	240
Отдел маркетинга	
Зарплата маркетолога	600
Итого:	1160

# Пример контент-плана для группы ВКонтакте

## Понедельник

Утро	День	Вечер
Пост в социальных сетях, который рассказывает о различных акциях на неделе (продающий контент)	Ланч-специал: "Не пропустите наш ланч-специал на сегодня: вкусные закуски и напитки по сниженным ценам! Загляните к нам в перерыве на обед и окунитесь в мир караоке." (продающий контент)	Событие: "Сегодня вечером у нас тематический вечер 'Легенды рока'! Приведите своих друзей и окунитесь в атмосферу классической рок-музыки." (продающий контент)



# Четверг

Утро	День	Вечер
Пост напоминающий об актуальных ценах, способах забронировать комнату, прикреплена фотография посетителей, оформленная в фирменный стиль <b>(продающий контент)</b>	Маленький пост про музыканта, кратко описывающий его карьеру. К посту можно прикрепить песни и информацию, о тех песнях которые можно спеть в караоке <b>(информационный контент)</b>	Пост с акцией недели, с промокодом, дающим скидку на некоторые блюда, можно приурочить к популярному исполнителю, релизу или празднику <b>(продающий контент)</b>

# Воскресенье

Утро	День	Вечер
Опрос для постоянных клиентов относительно их любимых исполнителей при посещении нашего караоке <b>(вовлекающий контент)</b>	Интересный факт о влиянии музыки на людей / статистика по людям в мире, поющим в душе <b>(развлекательный контент)</b>	Обзоры / разбор новых песен популярного исполнителя <b>(информационный контент)</b>