

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра маркетингу

«До захисту в ЕК»

Директор інституту(декан
факультету)

_____ **Олег ШЕРЕМЕТ**
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2024р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ **Ольга ПСТУХОВА**
(підпис) (прізвище та ініціали)

« __ » _____ 2024р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
зі спеціальності 061 «Журналістика»
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»
на тему: Проект рекламної кампанії для кав'ярні "Львівська майстерня шоколаду"

Виконав: здобувач 4 курсу, групи РЗ-4-12

Волков Руслан Олегович

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

(підпис)

Керівник Антонова Ольга Вадимівна

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

(підпис)

Рецензент

(прізвище та ініціали)

(підпис)

Я здобувач (ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) незарядженої допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ підпис та прізвище здобувача (здобувачки)

Київ - 2024р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Навчально-науковий інститут економіки і управління

Кафедра маркетингу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 061 «Журналістика»

Освітньо-професійна програма «Реклама та зв'язки з громадськістю»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Ольга ПЕТУХОВА

“12” грудня 2023 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Волкова Руслана Олеговича

(прізвище, ім'я, по-батькові здобувача)

1. Тема роботи: Проект рекламної кампанії для кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду»

керівник проекту (роботи) Антонова Ольга Вадимівна, канд.наук із соц.ком, доцент кафедри маркетингу

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 19.12.2023 р. № 1004-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 24.05.2024 року.

3. Вихідні дані до роботи: Закони України та законодавчі акти, прийняті Верховною Радою, постанови Кабінету Міністрів України з питань економічного розвитку; інструкції органів виконавчої влади; рекомендовані літературні джерела та методичні посібники, галузеві видання; бухгалтерська і статистична звітність підприємства.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ «ЛЬВІВСЬКА МАЙСТЕРНЯ ШОКОЛАДУ» (ФОП МАРТИН. Д.П.) Розділ 2. ПРОЄКТ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ КАВ'ЯРНІ «ЛЬВІВСЬКА МАЙСТЕРНЯ ШОКОЛАДУ». Висновки. Список використаної літератури. Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу: макет рекламної листівки для кав'ярні, сітілайт, сценарій до відео, макет посту в соціальні мережі, макет-запрошення на тематичну подію кав'ярні, два банери для сайту, рекламний постер, рекламний макет та макет зовнішньої банерної реклами

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7.Дата видачі завдання 19.12.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Складання плану роботи, опрацювання літературних джерел.	01.02.2024 - 20.02.2024	Виконано
2.	Обґрунтування актуальності теми, написання вступу	21.02.2024 - 09.03.2024	Виконано
3.	Робота над розділом 1: «АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ «ЛЬВІВСЬКА МАЙСТЕРНЯ ШОКОЛАДУ» (ФОП МАРТИН. Д.П.)»	10.03.2024 - 05.04.2024	Виконано
4.	Робота над розділом 2: «ПРОЄКТ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ КАВ'ЯРНІ «ЛЬВІВСЬКА МАЙСТЕРНЯ ШОКОЛАДУ»»	06.04.2024 - 29.04.2024	Виконано
6.	Висновки. Список використаної літератури	23.05.2024	Виконано
7.	Оформлення роботи	24.05.2024	Виконано

Здобувач _____

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

(підпис)

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі нами було розроблено теоретично обґрунтовану та практично ефективну рекламну кампанію для «Львівської майстерні шоколаду». Описано канали та засоби реклами. Оглянуто рекламні кампанії, надано загальну характеристику діяльності обраної компанії.

Згідно із проведеним дослідженням було розроблено проєкт рекламної кампанії для кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду», до якої входили: макет рекламної листівки для кав'ярні, два макети зовнішньої банерної реклами, сценарій до відео, макет посту в соціальні мережі, макет-запрошення на тематичну подію в кав'ярні, два банери для сайту, рекламний постер, рекламний макет. Використані шрифти: Montserrat Bold, Montserrat Regular, Montserrat Italic, Montserrat Black. Основні кольори макетів: відтінки кавового, бежевий та білий.

Тривалість рекламної кампанії 40-50 днів. Бюджет – 43.000 гривень. Канали поширення: Facebook, Instagram, YouTube, друковані видання.

Ключові слова: рекламна кампанія, львівська майстерня шоколаду, проєкт.

ANNOTATION

The qualification work develops a theoretically sound and practically effective advertising campaign for Lviv Chocolate Workshop. The channels and means of advertising are described. Advertising campaigns are reviewed, and a general description of the selected company's activities is provided.

According to the research, a draft advertising campaign was developed for the Lviv Chocolate Workshop coffee shop, which included: a flyer layout for the coffee shop, two outdoor banner advertising layouts, a video script, a post layout for social media, an invitation layout for a themed event in the coffee shop, two banners for the website, an advertising poster, and an advertising layout. Fonts used: Montserrat Bold, Montserrat Regular, Montserrat Italic, Montserrat Black. Main colors of the layouts: shades of coffee, beige and white.

The duration of the advertising campaign is 40-50 days. Budget: 35,000 UAH. Distribution channels: Facebook, Instagram, YouTube, print media.

Keywords: advertising campaign, Lviv chocolate workshop, project

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ «ЛЬВІВСЬКА МАЙСТЕРНЯ ШОКОЛАДУ» (ФОП МАРТИН Д.П.)	10
1.1. Основні відомості про підприємство	10
1.2. Аналіз рекламної діяльності підприємства	20
1.3. Аналіз іміджу підприємства.....	29
1.4. Аналіз цільової аудиторії підприємства та дослідження лояльності споживачів	35
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ КАВ'ЯРНІ «ЛЬВІВСЬКА МАЙСТЕРНЯ ШОКОЛАДУ»	43
2.1. Створення концепції та цілей рекламної кампанії для привертання уваги до кав'ярні	43
2.2. Розробка креативних ідей та промоційних матеріалів для підтримки інтересу аудиторії до кав'ярні	46
2.3. Визначення каналів розповсюдження та стратегії просування рекламної кампанії для досягнення максимального ефекту.....	62
ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
ДОДАТКИ	70

ВСТУП

У сучасному світі реклама відіграє ключову роль у просуванні продуктів і послуг. Зокрема, це є надзвичайно важливим для закладів громадського харчування, таких як кафе та ресторани, де конкуренція надзвичайно висока, а вимоги до якості обслуговування та унікальності пропозиції постійно зростають. В умовах стрімкого розвитку ринку громадського харчування підприємствам необхідно не тільки підтримувати високий рівень сервісу та якості продукції, але й постійно удосконалювати свої маркетингові стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Одним із відомих брендів у сфері кафе є «Львівська майстерня шоколаду», яка здобула популярність завдяки високоякісним кавовим напоям та шоколадним виробам. Незважаючи на вже існуючу відомість, бренд постійно прагне збільшувати свою клієнтську базу та підвищувати продажі. Для досягнення цих цілей необхідно регулярно оновлювати та покращувати рекламні стратегії, що допоможе зберігати актуальність бренду на ринку та приваблювати нових клієнтів. Рекламна кампанія є одним з найефективніших інструментів у цьому процесі. Цим мотивується **актуальність кваліфікаційної роботи.**

Розробка проекту рекламної кампанії для «Львівської майстерні шоколаду» має на меті не тільки привернення уваги до продукції, але й створення стійкого образу бренду в очах споживачів. В умовах сучасного ринку це стає можливим завдяки використанню різноманітних маркетингових інструментів та каналів, таких як соціальні мережі, контент-маркетинг, співпраця з блогерами та іншими впливовими особами, а також проведення різноманітних акцій та заходів, спрямованих на підвищення лояльності клієнтів.

З огляду на це, проект рекламної кампанії для «Львівської майстерні шоколаду» має стати потужним інструментом ефективного просування кафе на ринку. Це передбачає розробку стратегічного плану, який враховуватиме

як зовнішні фактори (тенденції ринку, поведінка конкурентів), так і внутрішні (особливості продукту, цільова аудиторія). Такий підхід дозволить максимально ефективно використовувати рекламний бюджет та досягти поставлених цілей у найкоротші терміни.

Теоретичним підґрунтям для нашого дослідження стали роботи провідних спеціалістів у галузі маркетингу та рекламних кампаній, зокрема О.В. Пащук, В. Руделіус, О.В. Азарян, Г. Армстронг, Ф. Котлер, Л.В. Балабанова, К.В. Савельєва, І.В. Бойчук, О.М. Музика, Є.М. Бортник, О.В. Волошенко, В.І. Хрипун, С.С. Гаркавенко, І.М. Грищенко, Н.А. Крахмальова, С. Ілляшенко. Ці дослідники зробили значний внесок у розуміння процесів планування та реалізації рекламних заходів у сфері громадського харчування. Їхні праці стали базою для розробки власного підходу до створення рекламної кампанії, яка б відповідала специфіці діяльності «Львівської майстерні шоколаду».

Мета дослідження – розроблення теоретично обґрунтованої та практично ефективної рекламної кампанії для «Львівської майстерні шоколаду».

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити низку **завдань**:

- проаналізувати цільову аудиторію кав'ярні та її рекламні уподобання;
- розглянути сучасні рекламні тренди в індустрії громадського харчування та можливість їх застосування для кампанії;
- розробити медіаплан та креативні рекламні матеріали, які відображатимуть унікальність і якість продукції «Львівської майстерні шоколаду».

Об'єкт дослідження – рекламна діяльність кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду».

Предмет дослідження – методи та засоби реклами, оптимальні для реалізації поставленої мети рекламної кампанії для просування кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» на ринку.

Методи дослідження. Використовувались такі методи: аналіз ринкових тенденцій, анкетування цільової аудиторії, експертні оцінки та кейс-стаді метод, які дозволяють об'єктивно оцінити поточну ситуацію і розробити оптимальну рекламну стратегію.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг роботи становить 77 сторінок, включаючи 5 таблиць та 28 рисунків. Список використаних джерел містить 30 найменувань.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ «ЛЬВІВСЬКА МАЙСТЕРНЯ ШОКОЛАДУ» (ФОП МАРТИН Д.П.)

1.1. Основні відомості про підприємство

ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» є унікальним підприємством, яке поєднує традиції виготовлення шоколаду з інноваційними підходами до виробництва та маркетингу.

Кав'ярня є товариством з обмеженою відповідальністю «Шокооооооооооолад», код ЄДРПОУ 36417791, місцезнаходження якої – за вулицею Івана Мазепи, 1, місто Київ, 02000.

Засноване 2 серпня 2009 року о 12:00 на вул. Сербська відкрилася перша «Львівська майстерня шоколаду», це підприємство швидко стало відомим завдяки своїм високоякісним шоколадним виробам, створеним з натуральних інгредієнтів з використанням ручної роботи.. Через короткий час після відкриття з'явилась пропозиція відкрити «Львівську майстерню шоколаду» у Житомирі. У жовтні 2010 року там відкрився перший франчайзинговий заклад. Зараз такі заклади відкриті у 26 містах України. 20 квітня 2012 року відбулося офіційне відкриття майстерні у Кракові (Польща). У грудні 2015 року ЛМШ відкрилася в Баку (Азербайджан), а з січня 2018 року там запрацював другий заклад. Станом на січень 2018 року мережа закладів в Україні налічує 45 закладів та 3 заклади за кордоном. Історія розвитку компанії є яскравим прикладом успішного підприємництва, яке ґрунтується на увазі до деталей, інноваційних рішеннях та високому професіоналізмі команди.

Засновниця компанії, Наталія Михайлівна Дубова, вклала значний власний капітал у розмірі 646 000,00 грн, що дозволило швидко запуснути виробництво та розпочати активну діяльність. Основним видом діяльності компанії стало виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів, що відповідає КВЕД 10.82. Вибір саме цього напрямку був

продиктований бажанням заповнити нішу на ринку, де якість та оригінальність продукції є першорядними.

Перші кроки ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» були спрямовані на запуск виробництва та вихід на ринок з першою лінією шоколадних цукерок ручної роботи. Компанія встигла не лише організувати виробництво, але й успішно запустити його, представивши на ринку перші продукти, які миттєво здобули популярність серед споживачів. Ручна робота, увага до якості та використання натуральних інгредієнтів стали відмінними рисами продукції компанії.

У 2022 році відбулося значне розширення асортименту продукції. Компанія додала нові смаки та види шоколаду, що дозволило залучити ще більшу кількість клієнтів. Відкриття першого фірмового магазину у Львові стало важливою подією для компанії, адже це дозволило безпосередньо взаємодіяти зі споживачами та отримувати зворотній зв'язок, що в подальшому сприяло вдосконаленню продукції. Початок співпраці з оптовими дистриб'юторами по всій Україні також став важливим етапом розвитку компанії, адже це дозволило значно розширити географію продажів.

Участь у тематичних ярмарках та фестивалях дала можливість ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» заявити про себе на всю країну. Компанія здобула перші нагороди та визнання, що підтвердило високий рівень її продукції. Підприємство активно розвивалося, і вже у 2023 році відбулися значні зміни та досягнення. Зокрема, було збільшено обсяги виробництва та модернізовано обладнання, що дозволило підвищити ефективність виробництва та забезпечити стабільну якість продукції [16, с. 55].

Співпраця з відомими ресторанами та кафе Львова та інших міст України підвищила престиж компанії та дозволила ще більше поширити її продукцію. Завдяки цьому ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» здобула численні нагороди та премії за якість продукції та інноваційний підхід до виробництва. У 2024 році компанія стала одним із лідерів на ринку ручного

шоколаду в Україні. Її продукція представлена широким асортиментом шоколадних цукерок, плиток шоколаду, трюфелів, ганашів та інших шоколадних ласощів, виготовлених з натуральних інгредієнтів високої якості.

Компанія має розгалужену мережу фірмових магазинів по всій Україні, що дозволяє охопити широкий ринок. Продукція експортується до декількох країн Європи, що свідчить про її високу якість та відповідність міжнародним стандартам. ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» активно розвивається, постійно розширює асортимент та завойовує нові ринки. Основними ключовими факторами успіху компанії є висока якість продукції, оригінальні рецепти та неповторний смак, широкий асортимент, ефективна маркетингова стратегія та сильна команда.

Висока якість продукції досягається завдяки використанню натуральних інгредієнтів, ручній роботі та дотриманню традиційних рецептів. Це дозволяє створювати унікальні продукти, які відрізняються не лише смаком, але й виглядом. Оригінальні рецепти та неповторний смак продукції компанії стали результатом співпраці з талановитими кондитерами, які постійно розробляють нові смакові рішення та види шоколаду. Широкий асортимент продукції дозволяє задовольнити будь-які смакові вподобання споживачів, що є важливим фактором у залученні та утриманні клієнтів.

Ефективна маркетингова стратегія компанії спрямована на просування бренду через фірмові магазини, онлайн-магазин, участь у виставках та фестивалях, співпрацю з засобами масової інформації. Це дозволяє постійно бути на слуху у споживачів та залучати нових клієнтів. Сильна команда професіоналів, які щиро люблять свою справу, є основою успіху компанії. Завдяки їхньому досвіду, знанням та ентузіазму, ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» постійно вдосконалюється та розвивається [6, с. 127].

Таким чином, історія створення та розвитку ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» є яскравим прикладом успішного підприємництва в галузі виробництва шоколадної продукції. Від заснування до сьогодення компанія

пройшла шлях від невеликого підприємства до одного з лідерів ринку, завдяки високій якості продукції, інноваційному підходу до виробництва та ефективній маркетинговій стратегії. Завдяки зусиллям талановитої команди, компанія продовжує розвиватися та завойовувати нові ринки, забезпечуючи споживачів унікальними та смачними шоколадними виробами.

ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» має лінійно-функціональну організаційну структуру, яка дозволяє ефективно управляти виробничими процесами та забезпечувати високу якість продукції. Така структура характеризується чітким розподілом повноважень і відповідальності між різними підрозділами, що дає можливість кожному з них концентруватися на своїх конкретних завданнях і функціях.

Виробничий відділ відіграє ключову роль у діяльності компанії, оскільки саме він відповідає за виготовлення шоколадних виробів. Цей відділ зосереджується на контролі якості продукції, дотриманні технологічних норм і стандартів, а також гарантуванні безпеки харчових продуктів. Контроль якості включає регулярне тестування сировини та готових виробів, що гарантує відповідність продукції вимогам ринку та споживачів. Дотримання технологічних норм передбачає точне виконання рецептів і технологічних процесів, що є критично важливим для збереження унікального смаку і високої якості шоколаду. Гарантування безпеки харчових продуктів полягає у впровадженні сучасних систем контролю, таких як НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points), які допомагають виявляти і мінімізувати ризики, пов'язані з харчовою безпекою [12, с. 74].

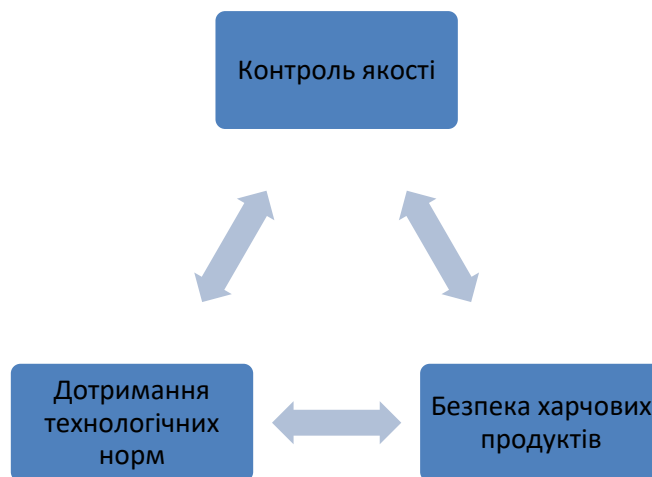


Рис. 1.1 Роль виробничого відділу

Відділ збуту відповідає за продаж продукції, налагодження партнерських відносин з дистриб'юторами та розширення мережі фірмових магазинів. Цей відділ активно працює над розвитком каналів збуту, що включає участь у виставках і ярмарках, організацію презентацій та дегустацій, а також взаємодію з потенційними клієнтами. Основна мета відділу збуту – забезпечення стабільного і зростаючого обсягу продажів, що сприяє підвищенню прибутковості компанії.

Маркетинговий відділ займається розробкою та реалізацією маркетингової стратегії, яка спрямована на просування бренду та підвищення його впізнаваності серед споживачів. До обов'язків цього відділу входить проведення маркетингових досліджень, аналіз ринку та конкурентів, розробка рекламних кампаній і робота зі засобами масової інформації. Просування бренду здійснюється через різні канали комунікації, включаючи інтернет, соціальні мережі, телебачення та радіо. Ефективна маркетингова стратегія допомагає компанії залучати нових клієнтів і утримувати існуючих, що є важливим фактором для стабільного розвитку бізнесу.

Бухгалтерський відділ відповідає за ведення бухгалтерського обліку, підготовку фінансової звітності та контроль фінансових потоків. Основні завдання цього відділу включають облік доходів і витрат, розрахунок податків, складання бюджету і фінансових прогнозів. Ведення

бухгалтерського обліку здійснюється відповідно до міжнародних стандартів, що забезпечує прозорість і точність фінансової інформації. Контроль фінансових потоків дозволяє уникати непередбачених витрат і забезпечує ефективне управління фінансовими ресурсами компанії.

Відділ кадрів займається підбором і наймом персоналу, кадровим діловодством, організацією навчання та розвитку співробітників. Підбір персоналу включає в себе пошук і відбір кандидатів, проведення співбесід та оцінку їхніх професійних навичок. Кадрове діловодство передбачає ведення особових справ співробітників, складання трудових договорів та інших документів, пов'язаних з трудовими відносинами. Навчання та розвиток співробітників здійснюється через організацію тренінгів, семінарів та інших заходів, що сприяють підвищенню кваліфікації і професійного рівня працівників [17, с. 28].

ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» є приватним підприємством з обмеженою відповідальністю, що означає, що власниками компанії є фізичні особи, які несуть відповідальність за її зобов'язання в межах внесених ними вкладів. Така форма власності забезпечує захист інтересів засновників і дозволяє їм зосередитися на розвитку бізнесу.

Управління підприємством здійснюється директором, який призначається засновниками компанії. Директор має широкі повноваження, що дозволяють йому приймати рішення з усіх питань діяльності компанії, за винятком тих, що виносяться на розгляд загальних зборів засновників. До повноважень директора входить управління персоналом, контроль за виконанням виробничих планів, затвердження бюджетів та фінансових звітів, а також представництво компанії у відносинах з зовнішніми партнерами та органами влади.

Лінійно-функціональна структура управління має ряд переваг. По-перше, вона забезпечує чіткий розподіл повноважень та відповідальності між різними підрозділами, що сприяє підвищенню ефективності їхньої роботи. Кожен підрозділ має свої конкретні завдання і цілі, що дозволяє йому

зосередитися на їхньому виконанні і досягненні найкращих результатів. По-друге, така структура сприяє ефективній координації роботи різних підрозділів, що забезпечує злагоджену і синхронізовану діяльність компанії. По-третє, лінійно-функціональна структура дозволяє швидко приймати рішення, оскільки кожен керівник має чіткі повноваження і відповідальність за певний напрямок діяльності. По-четверте, така структура забезпечує легкість контролю за діяльністю підрозділів, оскільки кожен керівник має чітко визначені функції і завдання.

Проте, лінійно-функціональна структура має і певні недоліки. По-перше, вона характеризується жорсткістю, що може ускладнювати адаптацію до змін зовнішнього середовища. У сучасному динамічному бізнес-середовищі важливо мати можливість швидко реагувати на зміни і пристосовуватися до нових умов. По-друге, така структура може сприяти бюрократизації і прийняттю неефективних рішень, оскільки кожен підрозділ зосереджується лише на своїх завданнях і не завжди враховує загальні інтереси компанії. По-третє, лінійно-функціональна структура може обмежувати інновації й творчий підхід, оскільки чітка ієрархія і розподіл повноважень можуть стримувати ініціативу і творчість співробітників.

ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» займає провідні позиції на ринку виробництва шоколадних виробів завдяки широкому асортименту продукції та послуг, що пропонується. Асортимент продукції включає різноманітні шоколадні вироби, що задовольняють найвибагливіших споживачів, а також додаткові послуги, що роблять взаємодію з брендом незабутньою та інтерактивною [4, с. 23].

Шоколадні вироби ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» охоплюють широкий спектр категорій, кожна з яких має свої унікальні характеристики та особливості. Наприклад, шоколадні цукерки є одним з найпопулярніших видів продукції. Вони представлені у великій кількості варіантів, включаючи класичні, з додаванням горіхів, фруктів, лікерів, з марципаном, трюфелі та ганаші. Усі ці вироби виготовляються вручну з використанням виключно

натуральних інгредієнтів та за традиційними рецептами, що гарантує високу якість та неповторний смак. Завдяки широкому вибору смаків та форм, кожен може знайти щось до смаку.

Плитки шоколаду є ще однією ключовою категорією продукції. Вони виготовляються з високоякісного тертого какао та какао-масла, що дозволяє створювати шоколад з різними відсотками какао. Серед плиток шоколаду можна знайти гіркий, молочний, білий шоколад, а також шоколад з додаванням горіхів, фруктів та інших інгредієнтів. Такий асортимент задовольнить як поціновувачів насиченого смаку темного шоколаду, так і тих, хто надає перевагу ніжнішому молочному чи білому шоколаду.

Фігурний шоколад є ідеальним вибором для особливих подій та свят. Виготовлення різноманітних фігур, літер та символів на замовлення дозволяє створювати унікальні подарунки. Можливість персоналізації додає цим виробам особливої цінності, дозволяючи замовнику вибрати дизайн та форму, що відповідають конкретному заходу чи нагоді [14, с. 27].

Набори шоколаду складаються з різноманітних асорті шоколадних цукерок, плиток та фігурок. Вони підходять як подарунок для будь-якої події, адже включають в себе найрізноманітніші види шоколаду, що дозволяє задовольнити смаки різних людей. Набори шоколаду можуть бути упаковані в елегантні коробки, що робить їх ще більш привабливими для споживачів.

Шоколадні напої, такі як гарячий шоколад та какао, виготовляються з натурального шоколаду та какао-порошку. Шоколадні напої також можуть бути частиною асортименту кафе та ресторанів, що співпрацюють з ТОВ «Львівська майстерня шоколаду».

Додаткові послуги, що пропонує компанія, значно розширюють її можливості та залучають нових клієнтів. Проведення дегустацій шоколаду є однією з таких послуг. Під час дегустаційних турів на виробництві відвідувачі мають змогу ознайомитися з процесом виготовлення шоколаду, спробувати різні смаки та види шоколаду, а також дізнатися багато цікавого

про історію та традиції шоколадного мистецтва. Такий досвід є не лише пізнавальним, але й надзвичайно приємним для всіх поціновувачів шоколаду.

Таблиця 1.1

Асортимент продукції та послуг ТОВ «Львівська майстерня шоколаду»

Категорія	Види	Опис
Шоколадні цукерки	Класичні, з горіхами, фруктами, лікерами, з марципаном, трюфелі, ганаші	Виготовляються вручну з натуральних інгредієнтів за традиційними рецептами. Широкий вибір смаків та форм.
Плитки шоколаду	Гіркий, молочний, білий, з горіхами, фруктами, з добавками	Виготовляються з високоякісного какао тертого та какао-масла. Різні відсотки какао для любителів насиченого та ніжного смаку.
Фігурний шоколад	Різноманітні фігури, літери, символи	Виготовляються на замовлення для свят, урочистостей, подарунків. Можливість персоналізації.
Набори шоколаду	Різні асорті шоколадних цукерок, плиток, фігурок	Ідеальний подарунок для будь-якої події.
Шоколадні напої	Гарячий шоколад, какао	Виготовляються з натурального шоколаду та какао-порошку. Ідеально підходять для зігрівання та насолоди.

Майстеркласи з виготовлення шоколадних цукерок та інших ласощів також користуються великою популярністю. Під час майстеркласів учасники мають змогу власноруч створити шоколадні вироби під керівництвом досвідчених кондитерів. Це не лише чудова можливість навчитися чомусь новому, але й захоплюючий процес, що приносить багато позитивних емоцій.

Подарункові сертифікати є ще одним зручним варіантом для тих, хто хоче порадувати близьких якісним шоколадом. Можливість придбати

подарунковий сертифікат на будь-яку суму для покупки продукції або послуг ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» дозволяє подарувати не просто шоколад, а вибір та задоволення [5, с. 51].

Корпоративні замовлення є важливою частиною діяльності компанії. Виготовлення шоколадних виробів з логотипом компанії, корпоративні подарунки, а також спеціальні пропозиції для бізнесу дозволяють зміцнити зв'язки з партнерами та клієнтами, надавши їм високоякісний та оригінальний продукт.

Однією з головних переваг асортименту продукції ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» є широкий вибір, що дозволяє задовольнити смаки різних категорій споживачів. Компанія пропонує шоколадні вироби на будь-який смак та бюджет, від класичних до ексклюзивних варіантів. Висока якість продукції забезпечується використанням виключно натуральних інгредієнтів та суворим контролем на всіх етапах виробництва. Це гарантує, що кожен виріб відповідає найвищим стандартам якості.

Оригінальні рецепти, розроблені талановитими кондитерами, додають унікальності продукції ТОВ «Львівська майстерня шоколаду». Широкий вибір унікальних смаків та видів шоколаду дозволяє споживачам насолоджуватися новими поєднаннями та відкривати для себе нові гастрономічні горизонти. Індивідуальний підхід до кожного замовлення дозволяє створювати вироби, що максимально відповідають побажанням клієнтів, включаючи унікальний дизайн та специфічні інгредієнти.

Цінова політика ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» спрямована на те, щоб зробити якісний шоколад доступним для широкого кола споживачів. Співвідношення ціни та якості продукції є одним з найкращих на ринку, що дозволяє клієнтам отримувати максимальне задоволення від покупки без зайвих витрат.

Асортимент продукції та послуг ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» постійно розширюється та оновлюється. Компанія слідує за останніми

тенденціями ринку та впроваджує інноваційні розробки у виробництві шоколаду, що дозволяє задовольняти потреби сучасних споживачів.

1.2. Аналіз рекламної діяльності підприємства

Усі вітрини й полиці «Львівської майстерні шоколаду» завжди мають охайний та чистий вигляд. Головна мета – створити позитивну репутацію фірми в нового клієнта та завжди утримувати високі стандарти в уже сформованій аудиторії. Головною вітриною в крамниці є цукеркова ляда. Це зона викладки цукерок, розміщених на ситах, яка захищена склом.



Рис. 1.2 Цукеркова ляда

Для оформлення інтер'єру використовується: декорації з натуральних матеріалів, таких як: солома, сіно, картон, фанера, дерево, нитки, папір; освітлення теплих і природних кольорів; атласні стрічки (лише таких кольорів: коричневі, бежеві, червоні, білі, бордові, жовті, зелені).

У період новорічних свят не використовується: різнокольорові гірлянди; штучні ялинки; дощик (прикраса); іграшки з ненатуральних матеріалів.



Рис.1.3 Оформлення святкової вітрини

ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» використовує різні канали та засоби реклами для просування своєї продукції, кожен з яких має свої особливості та переваги. Основними каналами реклами, які застосовує компанія, є соціальні мережі, традиційні медіа, зовнішня реклама та інші канали реклами, включаючи участь у тематичних ярмарках та фестивалях, співпрацю з ресторанами та кафе, а також розміщення інформації на вебсайтах та у блогах.

Соціальні мережі стали важливим інструментом для ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» завдяки можливості активно взаємодіяти з аудиторією. Компанія присутня на таких платформах, як Facebook, Instagram та YouTube.

У цих мережах публікуються апетитні фото та відео з процесом виготовлення шоколаду та готовою продукцією, що дозволяє залучати нових клієнтів і утримувати увагу постійних. Проведення конкурсів та розіграшів з подарунками у вигляді шоколадних наборів стимулює активність користувачів та підвищує впізнаваність бренду [1, с. 50].

Традиційні медіа також залишаються важливим каналом реклами для компанії. Рекламні ролики на телебаченні підкреслюють натуральність та високу якість продукції, що сприяє формуванню позитивного іміджу бренду. Рекламні оголошення в журналах та газетах розповідають про історію бренду та асортимент продукції, що допомагає залучити увагу старшої аудиторії, яка надає перевагу друкованим виданням. Радіореклама є ефективним засобом охоплення аудиторії, яка проводить багато часу за кермом або на роботі, де є можливість слухати радіо.

Таблиця 1.2

Канали та засоби реклами ТОВ «Львівська майстерня шоколаду»

Канал реклами	Опис	Приклади
Соціальні мережі	Активна присутність у Facebook, Instagram, YouTube. Публікація цікавих фото та відео, проведення конкурсів та розіграшів, співпраця з блогерами.	- Публікації апетитних фото та відео з процесом виготовлення шоколаду та готовою продукцією. - Проведення конкурсів та розіграшів з подарунками у вигляді шоколадних наборів. - Співпраця з відомими блогерами, які публікують відгуки про продукцію ТОВ «Львівська майстерня шоколаду».
Зовнішня реклама	Білборди, лайтбокси, банери. Розміщення реклами в торгових центрах, на зупинках громадського транспорту, у місцях з	- Яскраві та привабливі білборди з зображенням шоколадних ласощів. - Лайтбокси в торгових центрах, які

	високою прохідністю.	привертають увагу потенційних покупців. - Банери на зупинках громадського транспорту, які інформують про фірмові магазини ТОВ «Львівська майстерня шоколаду».
Інші канали реклами	Участь у тематичних ярмарках та фестивалях, співпраця з ресторанами та кафе, розміщення інформації на веб-сайтах та у блогах.	- Участь у шоколадних фестивалях, де можна продегустувати продукцію та познайомитися з брендом. - Співпраця з ресторанами та кафе, які пропонують десерти та напої на основі шоколаду ТОВ «Львівська майстерня шоколаду».

Зовнішня реклама також відіграє важливу роль у рекламній стратегії ТОВ «Львівська майстерня шоколаду». Білборди, лайтбокси та банери розміщуються у торгових центрах, на зупинках громадського транспорту та у місцях з високою прохідністю. Яскраві та привабливі білборди з зображенням шоколадних ласощів привертають увагу потенційних покупців, спонукаючи їх завітати до фірмових магазинів компанії. Лайтбокси в торгових центрах допомагають утримувати увагу відвідувачів та інформувати їх про новинки та спеціальні пропозиції. Банери на зупинках громадського транспорту забезпечують високу видимість реклами для великої кількості людей, які користуються громадським транспортом [3, с. 68].

Інші канали реклами включають участь у тематичних ярмарках та фестивалях, що дозволяє компанії безпосередньо взаємодіяти з потенційними клієнтами та надавати можливість продегустувати продукцію. Це створює

позитивний емоційний зв'язок з брендом та сприяє зростанню його популярності. Співпраця з ресторанами та кафе, які пропонують десерти та напої на основі шоколаду ТОВ «Львівська майстерня шоколаду», розширює можливості для промоції продукції та підвищення її впізнаваності серед відвідувачів цих закладів. Розміщення інформації про продукцію на веб-сайтах та у блогах, присвячених їжі та туризму, допомагає залучити аудиторію, яка цікавиться гастрономією та подорожами.

№

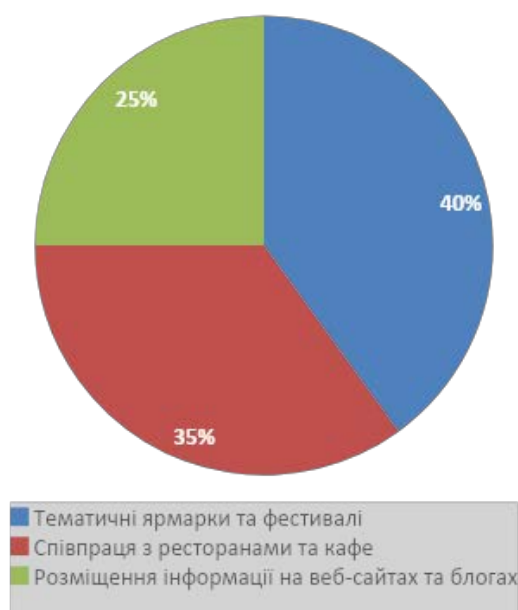


Рис. 1.4 Канали реклами для ТОВ «Львівська майстерня шоколаду»

Використання різних каналів реклами дозволяє ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» досягти широкого охоплення аудиторії. Завдяки активній рекламній кампанії компанія стає все більш відомим брендом на ринку ручного шоколаду. Широкий спектр рекламних засобів допомагає залучити різні групи споживачів, кожна з яких може мати свої переваги щодо каналів отримання інформації.

Однією з ключових переваг використання різних каналів реклами є підвищення впізнаваності бренду. Постійна присутність у медіапросторі, активна взаємодія з аудиторією в соціальних мережах та участь у різних заходах допомагають формувати позитивний імідж бренду та робити його

більш впізнаваним. Це особливо важливо для компаній, які займаються виробництвом ручного шоколаду, оскільки конкуренція на цьому ринку є досить високою, і важливо виділятися серед інших виробників.

Реклама також сприяє стимулюванню продажів продукції ТОВ «Львівська майстерня шоколаду». Інформування споживачів про новинки, спеціальні пропозиції та акції допомагає залучити нових клієнтів та збільшити попит на продукцію. Рекламні кампанії, спрямовані на підкреслення високої якості та натуральності продукції, стимулюють покупців до вибору саме цього бренду. Це, у свою чергу, сприяє зростанню обсягів продажів та підвищенню рентабельності компанії.

Зміцнення лояльності клієнтів є ще однією важливою перевагою використання якісної та цікавої реклами. Формування позитивного іміджу бренду, надання високого рівня обслуговування клієнтів та постійна взаємодія зі споживачами сприяють зміцненню довіри до бренду та лояльності клієнтів. Лояльні клієнти не лише регулярно купують продукцію компанії, але й рекомендують її своїм друзям та знайомим, що допомагає розширювати клієнтську базу та збільшувати обсяги продажів.

Важливо зазначити, що ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» не зупиняється на досягнутому та постійно шукає нові способи доступу до своєї цільової аудиторії. Компанія активно впроваджує нові методи просування, використовуючи сучасні технології та інноваційні підходи до реклами. Це дозволяє залишатися конкурентоспроможними на ринку та привертати увагу нових споживачів.

Крім того, ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» приділяє велику увагу якості своєї продукції та надає високий рівень обслуговування клієнтів. Використання натуральних інгредієнтів, дотримання традиційних рецептур та постійний контроль якості на всіх етапах виробництва є запорукою високої якості продукції. Компанія також надає велике значення обслуговуванню клієнтів, забезпечуючи швидку та зручну доставку,

професійні консультації та привітне обслуговування у фірмових магазинах [2, с. 422].

Офіційна сторінка в мережі Facebook «Львівська майстерня шоколаду» є основною та містить інформацію як про заклади у Львові, так і про інші заклади франчайзингового партнерства в Україні та за кордоном. Сторінка має приємний стиль, який відповідає темі шоколаду. Використання якісних фотографій та відео робить контент привабливим. Контент сторінки різноманітний та цікавий. Він включає пости про нові продукти, акції, рецепти, історії про виробництво шоколаду.

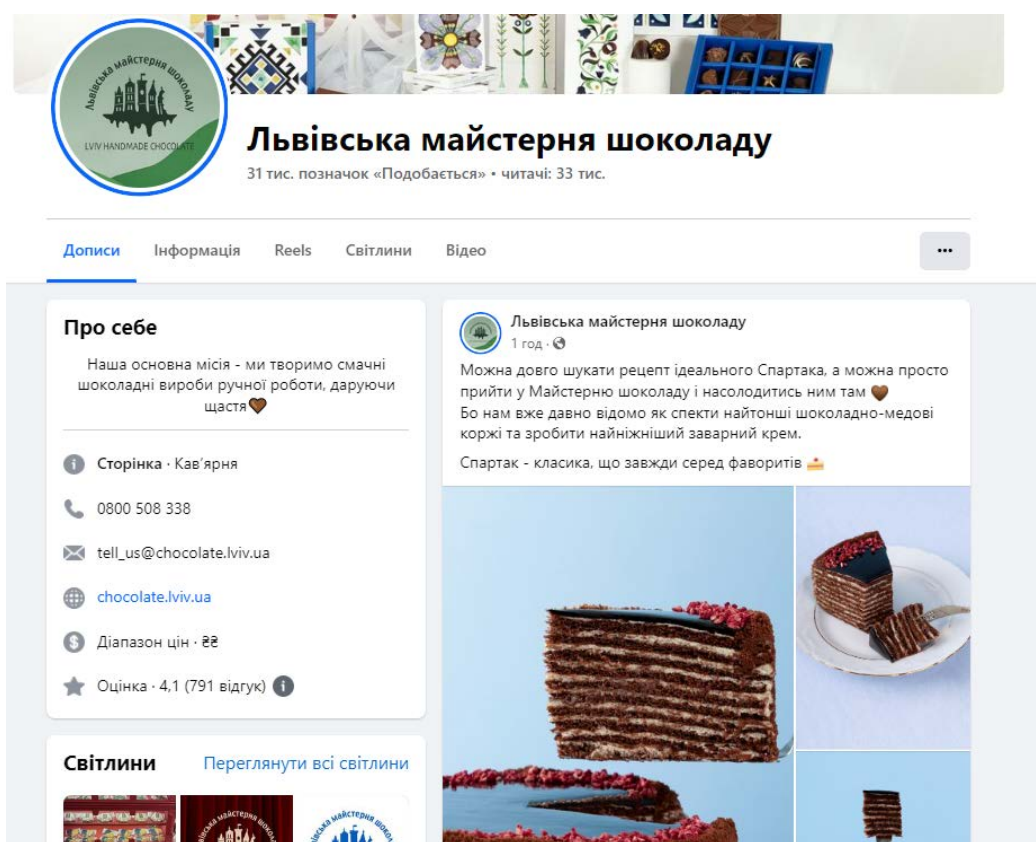


Рис.1.5 Офіційна Facebook-сторінка «Львівська майстерня шоколаду»

Скориставшись сервісом «LIVEDUNE», ми можемо оглянути загальну характеристику цього акаунту: 33.621 – кількість підписників, 517 реакцій, 6 коментарів та 60 репостів за весь час існування сторінки.

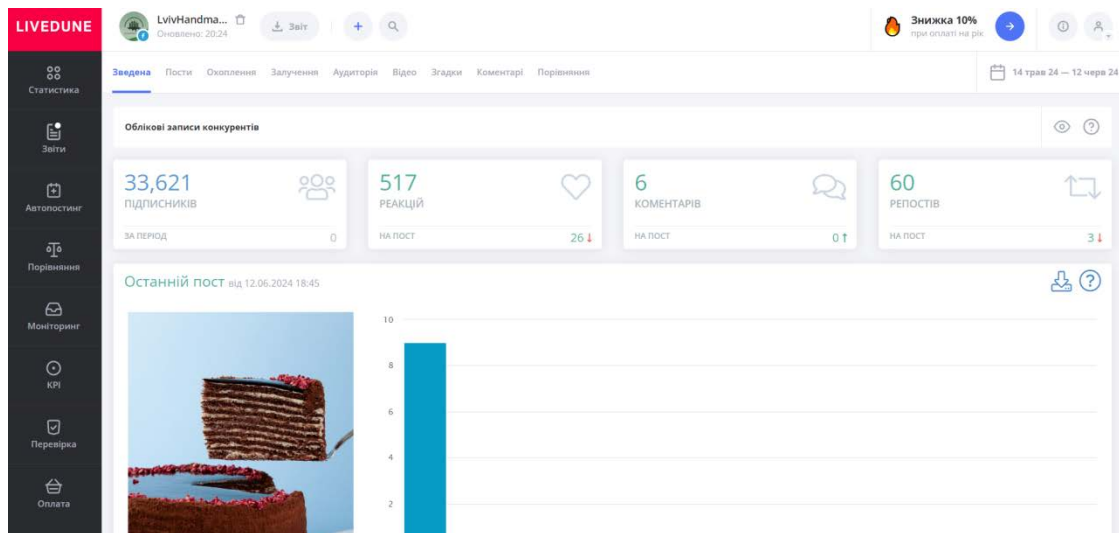


Рис.1.6 Аналітика офіційного Facebook-акаунту «Львівська майстерня шоколаду»

Використання соціальних мереж, таких як Facebook та Instagram, стало важливим елементом стратегії компанії. Створення та ведення сторінок у цих платформах дозволило ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» не лише публікувати цікавий та якісний контент, але й активно взаємодіяти з аудиторією через проведення конкурсів та розіграшів. Це дозволило збільшити охоплення аудиторії та залучити нових клієнтів.

Участь у тематичних ярмарках та фестивалях також відіграла важливу роль у просуванні продукції ТОВ «Львівська майстерня шоколаду». Презентація продукції та дегустації на таких заходах дозволили компанії залучити широке коло потенційних покупців, які мали змогу особисто оцінити якість та смак шоколаду. Це сприяло не лише зростанню продажів, але й формуванню позитивного іміджу компанії серед споживачів.

Сайт компанії простий у навігації та зручний для мобільних пристроїв. Тут представлена вся необхідна інформація про продукти, виробництво, франчайзинг, соціальні мережі, майстер-класи та багато іншого. На головній сторінці розташована стрічка з шести зображень, що представляє найактуальніше для компанії, ось як: нова колекція «сильна Україна»

донатить на рій помсти 24/7; шоколадна колекція, натхненна Іваном Левицьким, яскраві смаки шоколадної класики.



Рис.1.7 Зображення офіційного сайту «Львівська майстерня шоколаду»

У період 2023-2024 років компанія значно розширила використання онлайн-каналів для просування своєї продукції. Створення та оптимізація веб-сайту, запуск онлайн-магазину та проведення email-розсилок стали ключовими елементами нової стратегії. Запуск онлайн-магазину дозволив споживачам зручно та швидко замовляти продукцію компанії, що сприяло значному зростанню продажів. Email-розсилки, у свою чергу, стали ефективним інструментом для підтримання контакту з клієнтами та інформування їх про новинки, акції та спеціальні пропозиції.

Відеореклама також стала важливою частиною рекламної стратегії ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» у цей період. Створення рекламних роликів для YouTube та інших відеоплатформ дозволило компанії донести інформацію про свої продукти до ще більшої аудиторії. Відеоконтент, завдяки своїй візуальній привабливості, є особливо ефективним інструментом для привернення уваги та формування позитивного іміджу бренду.

Проведення тематичних акцій, таких як сезонні розпродажі, акції «2 за ціною 1», дегустації новинок та подарункові набори, також стали важливим

елементом стратегії компанії. Такі акції стимулюють імпульсивні покупки та збільшують середній чек, що сприяє зростанню продажів. Крім того, вони дозволяють підтримувати інтерес споживачів до продукції компанії та залучати нових клієнтів [13, с. 202].

Відгуки клієнтів також є важливим показником ефективності рекламних кампаній. Позитивні відгуки в соціальних мережах та на форумах свідчать про успішну рекламну кампанію. Негативні відгуки, у свою чергу, дозволяють виявити недоліки та вдосконалити рекламні стратегії. Аналіз трафіку на веб-сайт та онлайн-магазин також показує, що рекламні кампанії сприяли зростанню трафіку, що свідчить про зацікавленість аудиторії в продукції ТОВ «Львівська майстерня шоколаду». Аналіз джерел трафіку дозволяє визначити найбільш ефективні рекламні канали та оптимізувати стратегію компанії.

Рекламні кампанії та акції ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» мають значний вплив на продажі компанії. Завдяки активній рекламній діяльності компанії вдалося значно збільшити обсяги продажів за короткий проміжок часу. Рекламні кампанії дозволили ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» вийти на нові ринки та знайти нових клієнтів. Акції та розпродажі стимулюють імпульсивні покупки та збільшують середній чек, що сприяє зростанню продажів.

1.3. Аналіз іміджу підприємства

ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» є однією з провідних компаній на ринку преміального ручного шоколаду в Україні. Її продукція вирізняється високою якістю, неповторним смаком та автентичністю, що робить її унікальною серед численних конкурентів. Компанія робить акцент на традиціях, натуральності та майстерності, що дозволяє створювати справжні шедеври шоколадного мистецтва.

Однією з головних відмінних рис ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» є використання натуральних інгредієнтів. Компанія ретельно підбирає какао-боби найвищої якості, які є основою для створення її продукції. Какао-боби, які використовуються, походять з кращих плантацій світу, що гарантує багатий та насичений смак шоколаду. Вершкове масло, цукор та інші натуральні ароматизатори також обираються з великою увагою до якості. Важливою складовою продукції є те, що компанія не використовує штучних ароматизаторів, барвників чи консервантів, що дозволяє зберігати натуральність та чистоту смаку [18, с. 10].

Ручна робота є ще одним ключовим аспектом, який визначає продукцію ТОВ «Львівська майстерня шоколаду». Кожна шоколадка виготовляється вручну досвідченими кондитерами, що гарантує унікальність кожного виробу. Цей процес вимагає великої майстерності та уваги до деталей, що робить кожен виріб справжнім витвором мистецтва. Ручне виготовлення дозволяє контролювати якість на кожному етапі виробництва, забезпечуючи високу якість кінцевого продукту.

Компанія також пишається своїми традиційними рецептами, які передаються з покоління в покоління. Використання традиційних українських та європейських рецептів дозволяє створювати шоколад, який не тільки має неповторний смак, але й зберігає культурну спадщину. Ці рецепти забезпечують автентичність продукції, що робить її особливо привабливою для споживачів, які цінують традиції та історію.

Крім класичних смаків, ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» пропонує широкий асортимент оригінальних смаків, розроблених власними кондитерами. Вони постійно експериментують з новими поєднаннями інгредієнтів, створюючи унікальні смаки, які не знайдеш у продукції інших виробників. Це дозволяє задовольнити найвибагливіших гурманів та привернути увагу широкого кола споживачів [15, с. 95].

Усі вироби «Львівської майстерні шоколаду» виготовляються у Львові ретельними діями вмотивованої команди.



Рис.1.8 Створення шоколадних виробів

На ринку ручного шоколаду в Україні є багато конкурентів, як місцевих, так і закордонних. До основних конкурентів ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» можна віднести інші львівські майстерні шоколаду, такі як Львівський шоколадний дім, Майстерня шоколаду «Ведмедик». Крім того, у Києві є кілька відомих майстерень шоколаду, включаючи Chokolateria «Lviv», «G.Devaux» та «CHOCORUA». Закордонні виробники, такі як Lindt & Sprüngli, Godiva та Ferrero Rocher, також представляють значну конкуренцію на ринку.

ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» відрізняється від своїх конкурентів кількома важливими аспектами. Перш за все, це використання лише натуральних інгредієнтів та відсутність штучних ароматизаторів та барвників. Це дозволяє зберігати чистоту та натуральність смаку, що високо цінується споживачами. Крім того, ручне виготовлення шоколаду гарантує його унікальність та високу якість. Традиційні рецепти, які використовуються компанією, забезпечують автентичність продукції та підкреслюють її культурну цінність. Широкий асортимент оригінальних

смаків дозволяє задовольнити різні смакові вподобання споживачів, а елегантна упаковка підкреслює преміальність продукції.

Ці фактори роблять шоколад ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» більш преміальним та привабливим для споживачів, які цінують якісний та автентичний продукт. Компанія займає унікальну нішу на ринку, що дозволяє їй ефективно конкурувати з іншими виробниками як на місцевому, так і на міжнародному рівні. Її продукція є ідеальним вибором для тих, хто шукає справжній смак натурального шоколаду, виготовленого з любов'ю та майстерністю.

Ураховуючи всі ці аспекти, можна зробити висновок, що ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» є одним з провідних виробників преміального ручного шоколаду в Україні. Її продукція вирізняється високою якістю, унікальністю та автентичністю, що робить її особливо привабливою для споживачів. Компанія дотримується високих стандартів у всіх аспектах виробництва, від вибору інгредієнтів до дизайну упаковки, що дозволяє їй забезпечувати високий рівень задоволеності клієнтів. Завдяки цьому, ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» продовжує успішно розвиватися та зміцнювати свої позиції на ринку, зберігаючи вірність своїм традиціям та постійно вдосконалюючись [9, с. 307].

Споживче сприйняття та асоціації, пов'язані з ТОВ «Львівська майстерня шоколаду», є складним і багатогранним феноменом, який можна вивчати з різних аспектів маркетингу, психології та соціології. В основі цього сприйняття лежать певні ключові асоціації, що формують імідж бренду в свідомості споживачів.

Якість продукції «Львівська майстерня шоколаду» є однією з найважливіших асоціацій, що виникає у споживачів при згадуванні цього бренду. Вони переконані, що продукція виготовляється з натуральних інгредієнтів, з дотриманням традиційних рецептів, а також ручною роботою. Це сприйняття підкріплюється відгуками клієнтів, які наголошують на високій якості шоколаду, його насиченому смаку та відсутності штучних

добавок. Споживачі цінують турботу про деталі, яку демонструє бренд, що створює додаткову довіру до продукції.

Смак шоколаду, виготовленого «Львівською майстернею шоколаду», є ще однією сильною асоціацією. Оригінальні рецепти, неповторний смак та широкий асортимент дозволяють задовольнити найвибагливіших гурманів.

У Львові можна відвідати екскурсію, яка дає можливість поспостерігати за процесом виготовлення шоколадних виробів та ознайомитись з історією виникнення шоколаду. Також почути цікаві розповіді про цукерки, фігурки та ваговий шоколад, умови зберігання та захоплюючі шоколадні факти з усього світу. Після закінчення екскурсії настає частина, де клієнти діляться своїми враженнями. Більшість відзначають, що кожен вид шоколаду має свій унікальний смаковий профіль, який робить його особливим. Це сприйняття посилюється регулярними новинками в асортименті, які підтримують інтерес до бренду і дають змогу кожному знайти щось для себе.



Рис.1.9 Екскурсія по «Львівській майстерні шоколаду»

Традиції є важливою частиною бренду «Львівська майстерня шоколаду». Вони тісно пов'язані з містом Львів та українськими культурними цінностями. Ця асоціація допомагає бренду виділятися на фоні інших, адже він не просто продає шоколад, а й пропонує частинку львівської культури та історії. Споживачі сприймають продукцію як автентичний і унікальний продукт, що додає їм почуття приналежності до української спадщини. Це робить продукцію привабливою як для місцевих споживачів, так і для туристів, які бажають привезти з собою частинку Львова [8, с. 72].

Престиж бренду «Львівська майстерня шоколаду» є ще однією важливою складовою споживчого сприйняття. Висока якість продукції, ексклюзивні рецепти та нагороди, які отримує компанія, створюють враження преміум-продукту. Споживачі вважають, що придбання шоколаду цього бренду підкреслює їхній статус і є показником доброго смаку та вишуканості. Це сприйняття підтримується рекламними кампаніями та позиціонуванням бренду на ринку.

Емоції, які викликає шоколад «Львівська майстерня шоколаду», є надзвичайно важливим аспектом. Продукція асоціюється з радістю, задоволенням, приємними спогадами та подарунками. Споживачі часто купують шоколад не лише для себе, а й як подарунок для близьких, підкреслюючи тим самим його особливий статус. Це сприйняття підтримується маркетинговими акціями та спеціальними пропозиціями, спрямованими на створення позитивних емоцій та зміцнення лояльності до бренду.

Для вивчення споживчого сприйняття бренду «Львівська майстерня шоколаду» можна використовувати різні методи дослідження. Одним з найпоширеніших є анкетування, що дозволяє зібрати думки великої кількості споживачів про бренд, його продукцію та імідж. Це дає можливість виявити загальні тенденції та визначити основні сильні та слабкі сторони бренду з точки зору споживачів.

Основні асоціації, що виникають у споживачів після того, як вони завітали на екскурсію до «Львівської майстерні шоколаду». Інформація зібрана в формі живого опитування після завершення екскурсії-мандрівки кав'ярнею.

Асоціація	Опис
Якість	Використання натуральних інгредієнтів, ручна робота, дотримання традиційних рецептів.
Смак	Оригінальні рецепти, неповторний смак, широкий асортимент.
Традиції	Зв'язок з містом Львів, українськими традиціями, автентичністю.
Престиж	Висока якість, ексклюзивні продукти, нагороди та визнання.
Емоції	Радість, задоволення, приємні спогади, подарунок.

Отже, ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» має всі необхідні складові для підтримання позитивного споживчого сприйняття: високу якість продукції, оригінальні рецепти, зв'язок з традиціями, престиж та позитивні емоції. Це дозволяє компанії успішно конкурувати на ринку та завойовувати нових споживачів. Подальший розвиток бренду може включати розширення асортименту продукції, упровадження нових маркетингових стратегій та покращення якості обслуговування, що сприятиме зміцненню позитивного сприйняття та підвищенню лояльності споживачів.

1.4. Аналіз цільової аудиторії підприємства та дослідження лояльності споживачів

Ідентифікація цільової аудиторії є ключовим аспектом маркетингової стратегії будь-якої компанії. ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» не є винятком. Визначення основних сегментів споживачів дозволяє компанії

ефективніше планувати свої маркетингові кампанії, розробляти продукти, що відповідають потребам конкретних груп, та підвищувати рівень задоволеності клієнтів. Основні сегменти цільової аудиторії ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» включають сім'ї з дітьми, молодих професіоналів, туристів та корпоративних клієнтів.

Сім'ї з дітьми є одним з найважливіших сегментів цільової аудиторії для «Львівської майстерні шоколаду». Цей сегмент включає людей віком від 25 до 50 років, які мають дітей і перебувають у шлюбі. Демографічні характеристики таких споживачів часто поєднуються з середнім та високим рівнем доходу, що дозволяє їм інвестувати у якісні та натуральні продукти харчування. Вони ведуть активний спосіб життя, що також впливає на їхні споживчі вподобання.

Соціальні характеристики цього сегменту підкреслюють їхню схильність до активного способу життя та високу цінність якості продуктів. Вони цінують продукти, які не лише смакують добре, але й є корисними для здоров'я. Психологічні характеристики цих споживачів включають пошук смачних та корисних ласощів для всієї сім'ї, схильність до оригінальних та цікавих продуктів, а також готовність платити більше за якість. Це означає, що вони цінують унікальні та натуральні інгредієнти у продуктах, які пропонує «Львівська майстерня шоколаду».

Молодий професіонал є ще одним важливим сегментом цільової аудиторії. Цей сегмент складається з людей віком від 20 до 35 років, які нещодавно закінчили вищі навчальні заклади або знаходяться на початку своєї професійної кар'єри. Вони можуть бути неодружені або одружені без дітей, і часто працюють у сферах, які вимагають творчого підходу, таких як ІТ, маркетинг, дизайн тощо. Демографічні характеристики цього сегменту також включають середній та високий рівень доходу, що дозволяє їм купувати модні та трендові продукти [10, с. 5].

Соціальні характеристики молодих професіоналів підкреслюють їхню активність у суспільстві та схильність до слідкування за здоровим

харчуванням. Вони цінують екологічно чисті та етичні продукти, що робить їх відмінною аудиторією для «Львівської майстерні шоколаду», яка пропонує оригінальні та цікаві шоколадні ласощі. Психологічні характеристики цього сегменту включають пошук смачних та красивих шоколадних виробів, схильність до ексклюзивних та авторських продуктів, а також готовність платити за високу якість та унікальність.

Туристи є ще одним важливим сегментом цільової аудиторії для «Львівської майстерні шоколаду». Вони приїжджають до Львова з різних країн світу і цікавляться українською культурою та історією. Демографічні характеристики цього сегменту варіюються, але загалом включають людей віком від 25 до 60 років. Вони мають середній та високий рівень доходу, що дозволяє їм купувати автентичні та унікальні продукти.

Соціальні характеристики туристів підкреслюють їхню схильність до пошуку сувенірів та подарунків для близьких. Вони цінують автентичність та унікальність продуктів, які можна знайти лише у певному місці. Психологічні характеристики цього сегменту включають пошук смачних та якісних шоколадних виробів з українським колоритом, цінування ручної роботи та традиційних рецептів, а також готовність платити за ексклюзивні та авторські продукти. Це робить їх ідеальною аудиторією для продуктів «Львівської майстерні шоколаду», які виготовляються вручну з використанням традиційних українських рецептів.

Корпоративні клієнти також є важливим сегментом цільової аудиторії для «Львівської майстерні шоколаду». Цей сегмент включає компанії та організації різного розміру, які шукають оригінальні подарунки для своїх співробітників та клієнтів. Демографічні характеристики цього сегменту можуть варіюватися, але загалом включають середній та високий рівень доходу, що дозволяє компаніям інвестувати в якісні та красиві продукти.

Соціальні характеристики корпоративних клієнтів підкреслюють їхню цінність іміджу та престижу. Вони шукають продукти, які підкреслюють їхній статус та можуть бути використані як корпоративні подарунки.

Психологічні характеристики цього сегменту включають пошук корпоративних подарунків з логотипом компанії, цінування індивідуального підходу та ексклюзивних рішень, а також готовність платити за високий рівень сервісу. Це робить їх ідеальною аудиторією для корпоративних подарунків, які пропонує «Львівська майстерня шоколаду», включаючи шоколадні набори з логотипом компанії та індивідуальні рішення для кожного клієнта.

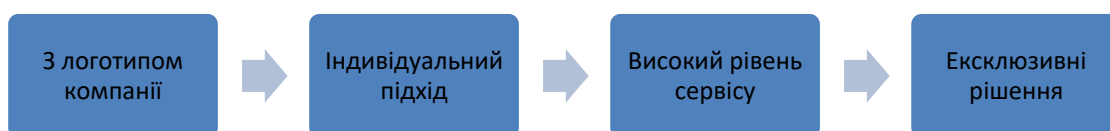


Рис. 1.10 Соціальні характеристики корпоративних клієнтів

Таблиця 1.4

Основні сегменти цільової аудиторії ТОВ «Львівська майстерня шоколаду»

Сегмент	Демографічні характеристики	Соціальні характеристики	Психологічні характеристики
Сім'ї з дітьми	- Вік: 25-50 років - Наявність дітей - Сімейний стан: одружені	- Середній та високий рівень доходу - Активний спосіб життя - Цінують якість та натуральність продуктів харчування	- Шукають смачні та корисні ласощі для всієї сім'ї - Цінують оригінальні та цікаві продукти - Готові платити більше за якість
Молодий професіонал	- Вік: 20-35 років - Неодружені або одружені без дітей	- Середній та високий рівень доходу - Активний	- Шукають смачні та красиві шоколадні ласощі

	- Вища освіта - Працюють у сфері ІТ, маркетингу, дизайну тощо	спосіб життя - Цінують модні та трендові продукти - Слідкують за здоровим харчуванням	- Цінують екологічно чисті та етичні продукти - Готові платити за ексклюзивні та авторські вироби
Туристи	- Вік: 25-60 років - Приїжджають до Львова з різних країн світу - Цікавляться українською культурою та історією	- Середній та високий рівень доходу - Цінують автентичні та унікальні продукти - Шукають сувеніри та подарунки для близьких	- Шукають смачні та якісні шоколадні ласощі з українським колоритом - Цінують ручну роботу та традиційні рецепти - Готові платити за ексклюзивні та авторські вироби
Корпоративні клієнти	- Компанії та організації різного розміру - Шукають оригінальні подарунки для своїх співробітників та клієнтів	- Середній та високий рівень доходу - Цінують імідж та престиж - Шукають якісні та красиві продукти	- Шукають корпоративні подарунки з логотипом компанії - Цінують індивідуальний підхід та ексклюзивні рішення - Готові платити за високий рівень сервісу

Для дослідження лояльності споживачів до бренду ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» можуть використовуватися різноманітні методи, що дозволяють комплексно оцінити рівень задоволеності та прихильності клієнтів. Серед найефективніших методів можна виділити опитування, аналіз даних про транзакції, фокус-групи, інтерв'ю та аналіз відгуків [11, с. 15].

Опитування є одним із найпоширеніших методів дослідження лояльності. Вони можуть проводитися різними способами: онлайн, по

телефону або особисто. Онлайн-опитування зазвичай дозволяють охопити широку аудиторію з мінімальними витратами. В опитувальниках можна включити питання про ставлення до бренду, схильність до повторних покупок, готовність рекомендувати бренд друзям та знайомим, а також про конкретні аспекти, які споживачі цінують найбільше або, навпаки, які викликають у них незадоволення. Дослідження, що базуються на опитуваннях, дають змогу зібрати кількісні дані, які можна легко аналізувати за допомогою статистичних методів.

Аналіз даних про транзакції є ще одним важливим методом дослідження лояльності. Цей метод ґрунтується на детальному аналізі історії покупок споживачів. Використовуючи дані про транзакції, можна визначити, які споживачі є постійними клієнтами, як часто вони роблять покупки, які саме продукти вони обирають найчастіше, та як змінюються їхні звички з часом. Такий аналіз дозволяє виділити найбільш лояльних клієнтів і зрозуміти, які чинники впливають на їхню прихильність до бренду.

Фокус-групи є методом якісного дослідження, який передбачає проведення дискусій з невеликою групою споживачів. У рамках фокус-груп можна отримати глибші інсайти про причини лояльності або нелояльності до бренду. Фокус-групи дозволяють виявити емоційні та суб'єктивні аспекти ставлення споживачів до бренду, які можуть бути недосяжні через кількісні методи. Під час обговорень можна виявити потенційні проблеми, що перешкоджають лояльності, а також отримати ідеї щодо можливих поліпшень продукту чи обслуговування.

Інтерв'ю є ще одним ефективним методом дослідження лояльності споживачів. Вони можуть проводитися особисто, по телефону або онлайн. Інтерв'ю дозволяють отримати детальнішу інформацію про індивідуальний досвід споживачів, їхні очікування та задоволення від продуктів бренду. Такий метод дозволяє дослідникам задавати додаткові питання і роз'яснювати відповіді респондентів, що сприяє глибшому розумінню їхньої поведінки та мотивації.

Одним із найважливіших факторів, що впливають на лояльність споживачів, є якість продукції. Споживачі ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» цінують те, що продукція виготовляється з натуральних інгредієнтів і не містить шкідливих добавок. Висока якість продукції є ключовим фактором, що сприяє лояльності споживачів. Споживачі зазначають, що продукція компанії має відмінний смак і відповідає їхнім очікуванням щодо якості.

Оригінальні рецепти та неповторний смак також є важливими факторами, що впливають на лояльність споживачів. ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» пропонує широкий асортимент шоколадних ласощів, виготовлених за оригінальними рецептами. Споживачі цінують неповторний смак продукції компанії і зазначають, що вони часто обирають продукцію компанії через її унікальні смакові якості. Оригінальні рецепти дозволяють компанії виділитися на ринку і привернути увагу споживачів, які шукають нові та цікаві смакові враження [2, с. 42].

Широкий асортимент продукції є ще одним важливим фактором, що сприяє лояльності споживачів. ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» пропонує широкий вибір шоколадних ласощів, що дозволяє споживачам вибрати продукт на свій смак. Широкий асортимент дозволяє компанії задовольнити потреби різних сегментів споживачів і забезпечити їм можливість вибору. Споживачі цінують можливість вибору і зазначають, що вони часто купують продукцію компанії саме через її широкий асортимент.

Цінова політика компанії також відіграє важливу роль у формуванні лояльності споживачів. Ціни на продукцію ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» є конкурентними, і споживачі вважають, що ціна відповідає якості продукції. Споживачі зазначають, що вони готові платити за високу якість продукції і що вони вважають ціни на продукцію компанії справедливими. Конкурентна цінова політика дозволяє компанії залучити більше споживачів і підтримувати їхню лояльність.

Рівень обслуговування також є важливим фактором, що впливає на лояльність споживачів. ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» прагне забезпечити своїм клієнтам високий рівень обслуговування. Споживачі цінують привітний персонал, зручне розташування магазинів та можливість онлайн-замовлення. Високий рівень обслуговування дозволяє компанії забезпечити позитивний досвід покупок для споживачів і сприяє їхній лояльності.

У підсумку, дослідження лояльності споживачів до бренду ТОВ «Львівська майстерня шоколаду» показало, що компанія має високий рівень лояльності споживачів. Це обумовлено високою якістю продукції, оригінальними рецептами та неповторним смаком, а також широким асортиментом, конкурентною ціновою політикою та високим рівнем обслуговування. Споживачі високо цінують продукцію компанії і готові рекомендувати її своїм друзям і знайомим. Це свідчить про високий рівень задоволеності споживачів і довіру до бренду.

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ КАВ'ЯРНІ «ЛЬВІВСЬКА МАЙСТЕРНЯ ШОКОЛАДУ»

2.1. Створення концепції та цілей рекламної кампанії для привертання уваги до кав'ярні

Проєкт рекламної кампанії для кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» (ФОП Мартин Д.П.) спрямований на створення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів та зміцнення лояльності існуючих відвідувачів. Головним завданням цієї кампанії є донести до потенційних споживачів унікальні переваги та особливості кав'ярні, що дозволить їй виділитися на ринку та зайняти свою нішу.

Унікальна торгова пропозиція (УТП) кав'ярні полягає у неперевершеному смаку шоколадних десертів, виготовлених з добірних інгредієнтів за автентичними рецептами. «Львівська майстерня шоколаду» пропонує вишукані смакові враження, які надихають та залишають незабутні спогади у кожного відвідувача. Основні переваги закладу включають в себе не тільки високу якість продуктів, але й унікальну атмосферу, яка створює затишок та комфорт.

Атмосферний інтер'єр кав'ярні, оформлений у традиційному львівському стилі, сприяє релаксації та насолоді. Елегантні меблі, теплі кольори та тематичні декорації переносять гостей у світ давньої Галичини, де кожен може відчути себе частиною цієї чарівної історії. Це ідеальне місце для відпочинку після важкого дня, проведення романтичного вечора чи зустрічі з друзями.

Рекламна кампанія для кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» має на меті значне підвищення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів та посилення лояльності існуючих споживачів. Для досягнення цих амбітних цілей було визначено низку стратегічних та тактичних завдань, реалізація

яких дозволить створити стабільну базу лояльних клієнтів та забезпечити зростання продажів. Збільшення впізнаваності бренду «Львівська майстерня шоколаду» є першочерговим завданням кампанії. Це завдання передбачає досягнення 20% впізнаваності бренду серед цільової аудиторії протягом 6 місяців. Впізнаваність бренду є ключовим показником ефективності маркетингової діяльності та визначає рівень популярності кав'ярні серед потенційних клієнтів. Щоб досягти цієї мети, планується використання різних каналів комунікації, включаючи соціальні мережі, публікації у ЗМІ, розміщення зовнішньої реклами та проведення рекламних акцій.

Додатковим завданням у рамках стратегічних цілей є збільшення кількості згадок про бренд у соціальних мережах та ЗМІ на 30%. Соціальні мережі є потужним інструментом для взаємодії з аудиторією та поширення інформації про бренд. Згадки у ЗМІ, як традиційних, так і цифрових, допоможуть підвищити авторитет та довіру до кав'ярні серед широкого кола споживачів.

Посилення лояльності до бренду є ще одним важливим аспектом стратегічних цілей. Для цього планується збільшити кількість постійних клієнтів на 15% протягом 6 місяців. Постійні клієнти є основою стабільного бізнесу, оскільки вони забезпечують регулярний дохід та формують позитивний імідж закладу. Для досягнення цієї мети будуть впроваджені програми лояльності, спеціальні пропозиції для постійних клієнтів та інші стимули.

Збільшення середнього чека на 10% також входить до стратегічних цілей кампанії. Це завдання спрямоване на підвищення обсягу продажів за рахунок збільшення вартості замовлень. Для цього планується розробка та впровадження нових, більш дорогих страв та напоїв, а також пропозиція комплексних меню та акційних наборів.

Збільшення кількості відвідувачів кав'ярні є ключовим тактичним завданням. Це передбачає залучення 50 нових клієнтів щомісяця протягом 6 місяців. Для досягнення цієї мети будуть організовані рекламні акції,

спрямовані на різні сегменти аудиторії, проведені заходи з безкоштовними дегустаціями, а також використовуватимуться соціальні мережі для поширення інформації про нові пропозиції та події в кав'ярні.

Збільшення трафіку на вебсайт кав'ярні на 20% протягом 6 місяців є важливим завданням для підвищення онлайн-присутності бренду. Для цього планується проведення рекламних кампаній в інтернеті, оптимізація сайту для пошукових систем, активне ведення блогу з корисними та цікавими матеріалами про шоколад, каву та інші продукти, що пропонуються в кав'ярні.

Підвищення рівня продажів є наступною важливою тактичною метою. Зокрема, планується збільшення продажів десертів на 10% та продажів напоїв на 5% протягом 6 місяців. Для цього будуть розроблені нові рецепти, введені сезонні пропозиції та акційні ціни на популярні позиції меню. Особливу увагу буде приділено створенню унікальних десертів, які стануть «фірмовими» стравами кав'ярні та привертатимуть увагу клієнтів.

Стимулювання участі у майстеркласах є ще одним важливим завданням. Планується проведення 2-3 майстеркласів щомісяця з залученням 10 учасників на кожен захід. Майстеркласи з виготовлення шоколаду та десертів допоможуть залучити нову аудиторію, збільшити кількість постійних клієнтів та підвищити впізнаваність бренду. Крім того, такі заходи сприятимуть створенню позитивного іміджу кав'ярні як місця для творчих і кулінарних експериментів.

Для досягнення зазначених цілей кампанії необхідно розробити комплекс заходів, спрямованих на різні аспекти маркетингової діяльності. Важливим етапом є дослідження ринку та аналіз конкурентів, що дозволить визначити сильні та слабкі сторони кав'ярні, а також виявити можливості для розвитку.

Рекламна кампанія включатиме використання різних каналів комунікації. Основний акцент буде зроблено на соціальних мережах, де буде проводитись активна робота з цільовою аудиторією. Створення якісного

контенту, включаючи фотографії, відео та текстові матеріали, допоможе привернути увагу користувачів та підвищити їхню зацікавленість у відвідуванні кав'ярні.

Розміщення зовнішньої реклами, включаючи білборди та афіші, у ключових місцях міста сприятиме підвищенню впізнаваності бренду серед широкої аудиторії. Також будуть проведені рекламні акції у партнерстві з місцевими ЗМІ, що дозволить охопити ще більшу кількість потенційних клієнтів [26, с. 202].

Спеціальні пропозиції та акції для нових та постійних клієнтів допоможуть збільшити кількість відвідувачів та підвищити рівень продажів. Впровадження програми лояльності, що включає накопичувальні знижки та бонуси, сприятиме посиленню лояльності клієнтів та збільшенню кількості повторних покупок.

2.2. Розробка креативних ідей та промоційних матеріалів для підтримки інтересу аудиторії до кав'ярні

Науковий аналіз маркетингових стратегій кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» дозволяє глибше зрозуміти механізми розробки рекламних матеріалів для ефективного просування продукції. Нами було розроблено десять одиниць рекламних матеріалів, які включають: рекламну листівку, дві зовнішні банерні реклами, пост у соціальних мережах, сценарій для відео на YouTube, запрошення на тематичну подію, два банери для сайту, рекламний постер та інтерактивну паперову рекламу. Макети створені в Figma та Adobe Photoshop CC 2019.

Рекламна листівка є одним з найпоширеніших і найефективніших інструментів прямого маркетингу. Листівка, що роздається відвідувачам закладу, перехожим біля кав'ярні та додається до замовлень на виніс, має великий потенціал залучення нових клієнтів та утримання існуючих. Макет

цієї листівки виконано у фірмових кольорах кав'ярні – шоколадному та бежевому, що сприяє підвищенню впізнаваності бренду.

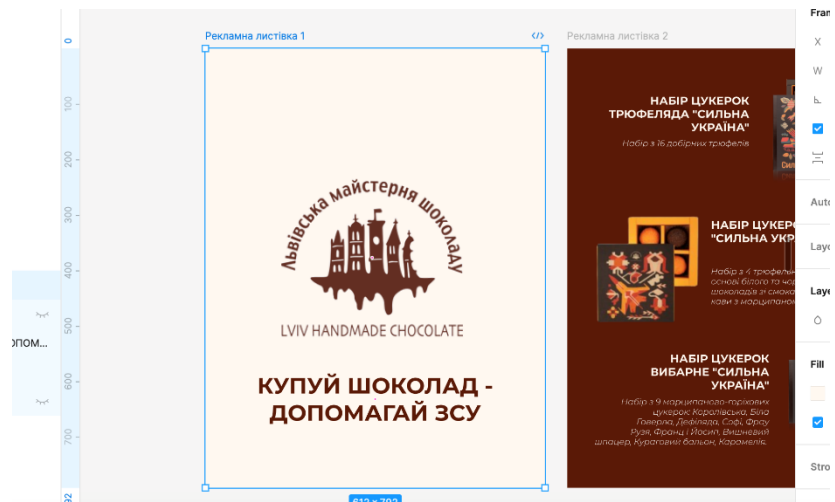


Рис. 2.1 Розроблення макету рекламної листівки для кав'ярні

Основне повідомлення листівки – «Допомагай ЗСУ» – було обрано не випадково. Сучасні дослідження показують, що споживачі схильні підтримувати бренди, які беруть участь у благодійних акціях або соціальних ініціативах. З огляду на те, що у «Львівської майстерні шоколаду» є колекція шоколаду, частина коштів від продажу якої йде на допомогу збройним силам, створення такої рекламної листівки є надзвичайно доцільним. Цей аспект не лише сприяє збільшенню продажів, але й покращує репутацію бренду в очах громадськості, що в подальшому може призвести до більшої лояльності клієнтів.



Рис. 2.2 Макет рекламної листівки для кав'ярні

Коди основних кольорів: fef8f0, 531b09, 5c3125. Шрифт Montserrat. Логотип наданий компанією. Елементи для макету взяті з сайту.

Далі було вирішено створити сітілайт для рекламування нового товару, спеціально підготовленого до Великодніх свят. Використання зовнішньої реклами дозволяє охопити велику аудиторію, зокрема, тих, хто може не бути знайомий з кав'ярнею або не користується соціальними мережами. Банер мав бути розміщений у стратегічно важливих місцях — поблизу кав'ярні, у центральних частинах міста та на основних транспортних магістралях. Головною метою було привернути увагу потенційних клієнтів до спеціальної великодньої колекції шоколаду, що мало б збільшити продажі під час святкового сезону. На макеті були зображені яскраві та привабливі зразки продукції, а також коротке та чітке повідомлення, що закликає здійснити покупку.

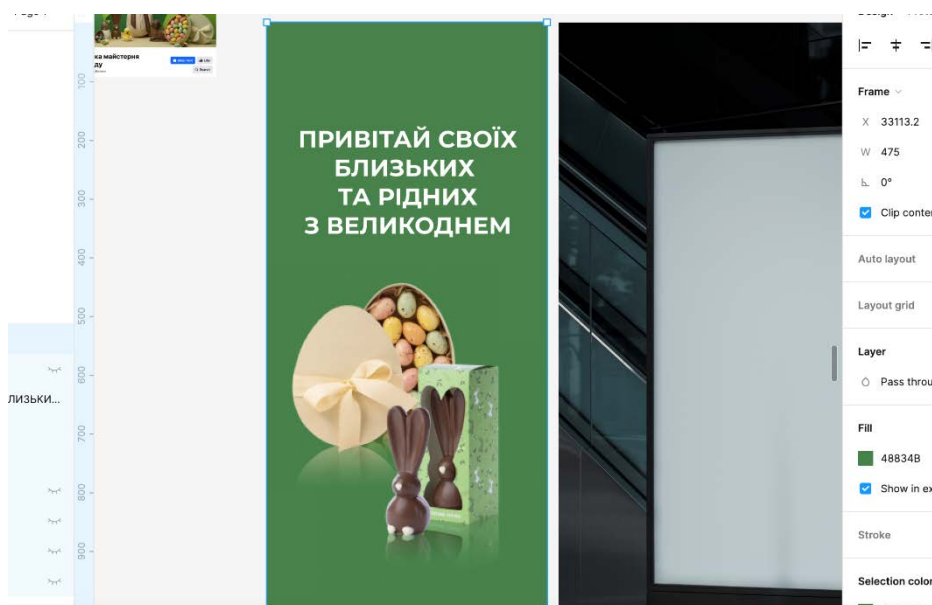


Рис.2.3 Розроблення сітілайта

Коди основних кольорів: 568151, deceb2, 593e31. Шрифт Montserrat.

Ураховуючи поточні тенденції та загальну естетику зовнішньої реклами, присвяченої Великоднім святam, був створений сітілайт, натхненний оформленням сторінок кав'ярні. Цей банер має чітке послання:

привітай рідних з Великоднем, придбай святковий шоколад у «Львівській майстерні шоколаду».



Рис.2.4 Сітілайт

Для відеоконтенту для стримінгового сервісу YouTube нами було створено сценарій відеоролика. Він починається з мальовничих вуличок Львова, що поступово підводить глядача до «Львівської майстерні шоколаду». Майстер-шоколатьє у традиційному одязі представляє процес створення шоколадних шедеврів, демонструючи вміння та майстерність. Відео підкреслює автентичність та мистецтво виготовлення шоколаду, використовуючи високоякісні інгредієнти і давні рецепти. Камера показує різноманітні шоколадні вироби, а озвучка за кадром розповідає про неповторний смак та секрети виготовлення шоколаду Львівської майстерні.

Остання сцена завершується логотипом і слоганом майстерні, що підкреслює її унікальність та дарує відчуття щастя від кожного шматочка шоколаду.

Відеоконтент є одним з найефективніших засобів залучення уваги аудиторії, оскільки поєднує візуальні та звукові елементи, що дозволяє краще донести основне повідомлення до глядачів. Сценарій було розроблено таким чином, щоб підкреслити унікальні переваги продукції «Львівської майстерні шоколаду» та створити емоційний зв'язок з глядачами.

У відео було показано процес виготовлення шоколаду, його висока якість та ексклюзивність, а також акцентовано увагу на благодійній ініціативі з підтримки збройних сил. Використання емоційних елементів, таких, як історії про людей, що беруть участь у створенні шоколаду, їхні переживання та прагнення допомогти, допомагає створити глибший емоційний зв'язок з глядачами та підвищити їхню зацікавленість у продукції. Дослідження показують, що емоційний контент є надзвичайно ефективним у залученні уваги та утриманні аудиторії, оскільки люди схильні краще запам'ятовувати інформацію, яка викликає емоції.

Кадр	Опис сцени	Реалізація
Короткі кадри мальовничого Львова та вивіски "Львівська майстерня шоколаду".	Озвучка: (За кадром) Львів – місто, де історія переплітається з сучасністю. І тут, у серці міста, ховається справжня скарбниця смаку – Львівська майстерня шоколаду.	Загальні кадри закуточків Львова, крупний кадр вивіски, яка похитується вітром. На фон ставимо какофонію міста, звук похитування. Без музики. (3-6 секунд)
Майстер-шоколятьє ламає шматок шоколаду, демонструючи його текстуру.	Озвучка: (За кадром) Шедеври з шоколаду, що підкорюють серця гурманів з усього світу.	Вивіска різко підіймається і ми, немов залітаємо до кав'ярні, використовуючи стабілізатор (плавно, додаючи ефект розмиття та звук «whoosh»). Переміщаємося одразу до рук шоколятьє, яких ламає шоколад, потім через прискорення підіймаємо камеру і демонструємо працівника у формі. (2-5 секунд)

Швидкий монтаж шоколадних виробів та рук майстрів.	(За кадром) Найкращі інгредієнти, вікові рецепти та майстерність - ось секрет неповторного смаку.	Динамічна нарізка крупних та загальних кадрів з шоколадних виробів та виробництва (7-10 секунд)
Люди різного віку та професій насолоджуються шоколадом Львівської майстерні: <ul style="list-style-type: none"> • Молода пара ділиться плиткою шоколаду на лавочці в парку. • Сім'я з дітьми ласує шоколадними цукерками за чашкою какао. • Літня жінка з задоволенням їсть шоколадний трюфель. 	Озвучка: (За кадром) Подаруйте собі свято смаку – завітайте до Львівської майстерні шоколаду.	Загальні та крупні кадри людей, що споживають різні вироби в кав'ярні. Використовуємо емоційну, легку музику. (7-9 секунд)
Загальний кадр майстерні, логотип, слоган.	Озвучка: (За кадром) Львівська майстерня шоколаду – де кожен шматочок дарує щастя».	Віддалення на дроні з появою логотипу.

Соціальні мережі є потужним інструментом маркетингу у сучасному світі, і створення посту для соціальних мереж стало третім етапом розробки рекламних матеріалів. Основна мета посту – збільшити охоплення аудиторії через взаємодію у соціальних мережах. Пост було розроблено з урахуванням візуальних та текстових елементів, що мали привернути увагу користувачів та спонукати їх до взаємодії – лайків, коментарів та репостів. У пості було використано зображення продукції з великодньої колекції, а також додано короткий опис акційної пропозиції та посилання на сайт кав'ярні для детальнішої інформації.

Подальший етап рекламної кампанії зосереджений на створенні посту у соціальних мережах. Соціальні мережі дозволяють швидко поширювати інформацію серед великої кількості людей, а інтерактивні елементи, такі як коментарі та репости, сприяють залученню нових клієнтів та підвищенню лояльності існуючих. Крім того, соціальні мережі надають можливість безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, отримувати зворотний зв'язок та

оперативно реагувати на запити та побажання клієнтів, що є важливим аспектом у підтримці позитивного іміджу бренду.

Використавши зображення шоколадних курочок, яких раніше не використовували в постах, нами був розроблений текстовий пост.

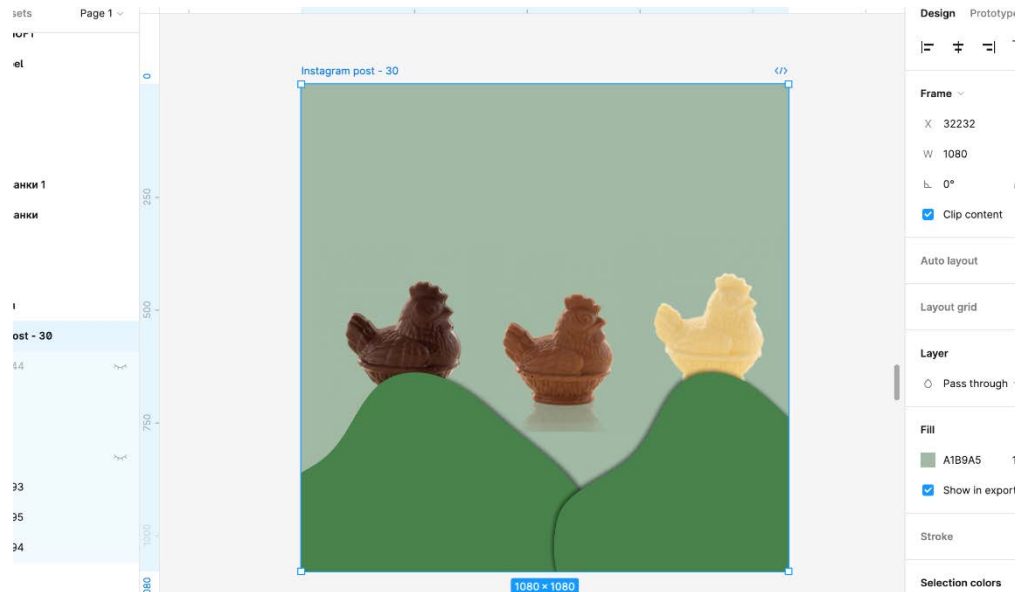


Рис.2.5 Розроблення посту в соціальні мережі

Коди основних кольорів: 568151, 6a4229, 593e31, e4cb91.

Цей пост несе легке і гумористичне повідомлення, підкреслюючи різноманітність смаків і закликаючи купувати шоколадні вироби для великоднього столу [25, с. 74].



Рис.2.6 Макет посту в соціальні мережі

Запрошення на тематичну подію від кав'ярні стало п'ятим етапом розробки рекламних матеріалів. Тематичні події є чудовою нагодою для залучення нових клієнтів та зміцнення зв'язків з існуючими. Запрошення було розроблено таким чином, щоб відображати атмосферу та концепцію події, а також підкреслювати її унікальність. Було вирішено провести захід на тему «Великодня майстерня шоколаду», де відвідувачі могли б ознайомитися з процесом виготовлення великодніх смаколиків, взяти участь у майстеркласах та дегустаціях.

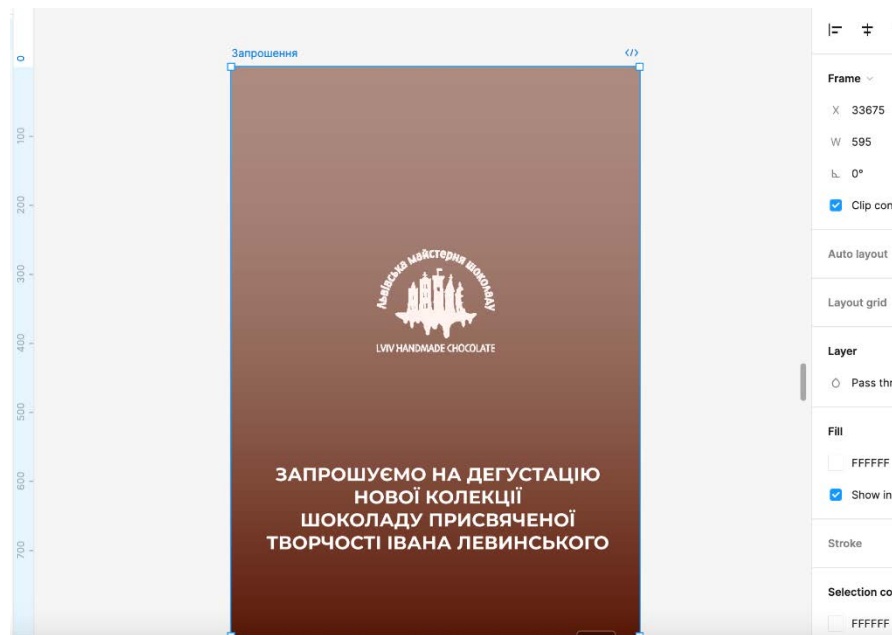


Рис.2.7 Розроблення макета для запрошення на тематичну подію кав'ярні

Запрошення мало бути розповсюджене як у друкованому вигляді, так і в електронному форматі через соціальні мережі та електронну пошту. Основна мета – створити відчуття ексклюзивності та особливості події, що має залучити більше відвідувачів та підвищити їхню лояльність до бренду. Дослідження показують, що участь у тематичних заходах сприяє створенню позитивного іміджу бренду, підвищенню його впізнаваності та лояльності клієнтів, оскільки такі заходи дозволяють безпосередньо взаємодіяти з аудиторією та створювати позитивні емоційні враження.



Рис.2.8 Макет-запрошення на тематичну подію кав'ярні

Коди основних кольорів: 5a1601, fff9ef. Шрифт Montserrat.

Нова колекція буде виконана в геометричних та флористичних орнаментах, притаманних сецесійному Львову, беручи за основу кераміку фабрики Левинського. Запрошення буде оформлене у відповідному стилі, що відобразить унікальність та багатогранність цієї колекції.

Далі нами було розроблено банер для сайту цієї майстерні.

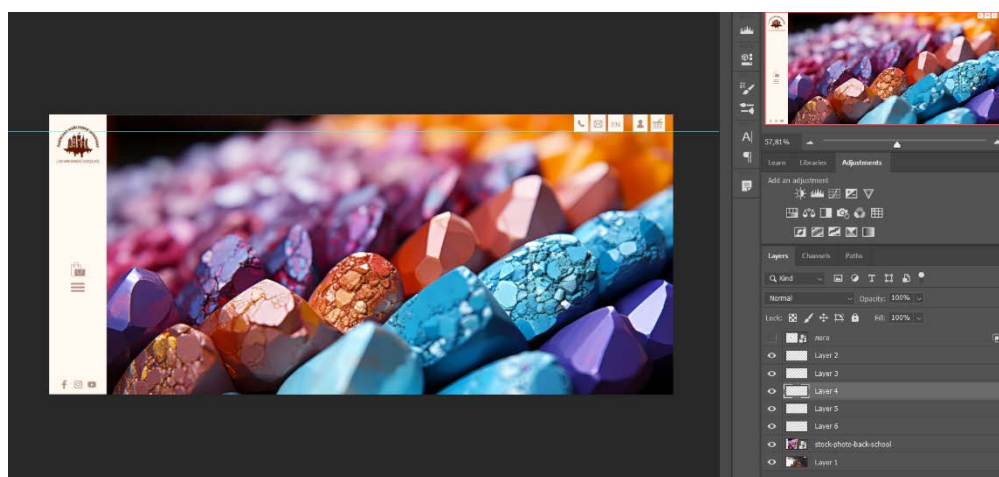


Рис.2.9 Розроблення банера для сайту

Проглянувши всі попередні оголошення на головній сторінці, ми дійшли висновку, що доцільно буде створити щось на кшталт гри, де люди будуть хотіти стати частиною цієї промоакції. Було прийнято рішення зробити для сайту банер, де висвітлюватиметься провадження нового продукту в мережі кав'ярень. А саме створення шоколадних різнобарвних самоцвітів зі смаками найрідкісніших екзотичних фруктів: рамбутан, фізаліс, лічі, дуріан та гарапуджа.



Рис.2.10 Банер для сайту

Коди основних кольорів: 5a1601, fff9ef. Шрифт Montserrat Black та Light Italic.

Далі ми розробили рекламний постер, який буде привертати увагу аудиторії та нагадувати, що ти можеш придбати смачні шоколадні цукерки й відпочити прямо тут, у кав'ярні.

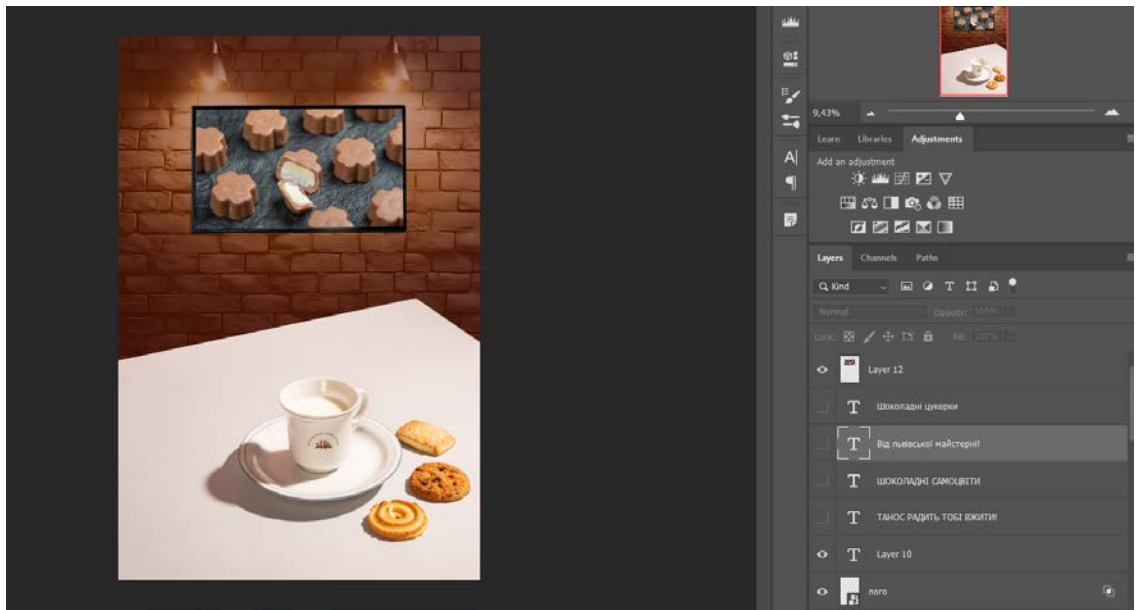


Рис.2.11 Розроблення рекламного постера

Він допоможе нам підвищити продажі та стимулювати людей до купівлі продукції.



Рис.2.12. Рекламний постер

Коди основних кольорів: 5a1601, fff9ef. Шрифт Montserrat Black.

Наступним елементом рекламної кампанії ми вирішили зробити макет-розмальовку зі знебарвленим зображенням фірмового шоколаду, яку клієнти повинні розмалювати, щоб отримати смачний подарунок.

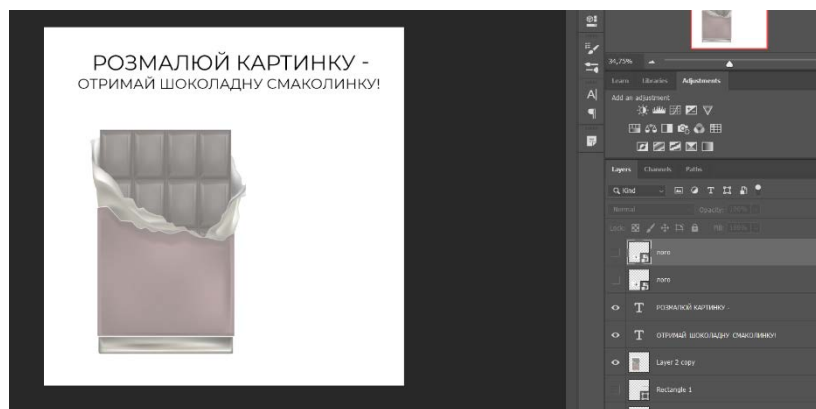
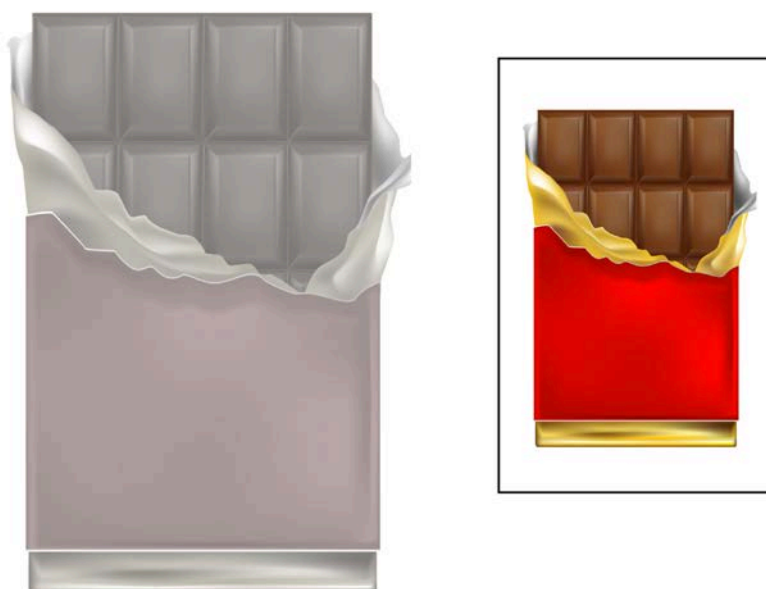


Рис.2.13 Розроблення рекламного макета

Поруч ми прикріпили оригінальне фото цього шоколаду, щоб відвідувачам було легше впоратися із завданням. Цей етап переважно спрямований на більш юну частину аудиторії, але старші також можуть брати участь. Також варто зазначити, що логотип компанії навмисно розташований на сірій картинці з шоколадом: тим самим він постійно буде перед очима – коли людина буде його розфарбовувати.

РОЗМАЛЮЙ КАРТИНКУ -
ОТРИМАЙ ШОКОЛАДНУ СМАКОЛИНКУ!



ГАРАНТОВАНИЙ ПОДАРУНОК!

Рис.2.14 Рекламний макет

Коди основних кольорів: 5a1601, fff9ef. Шрифт Montserrat Regular

Також нами було створено ще один рекламний банер для сайту, але цього разу ми зробили великий акцент на розіграші цінних призів: iPhone 15, iPhone 14 та Playstation 5.

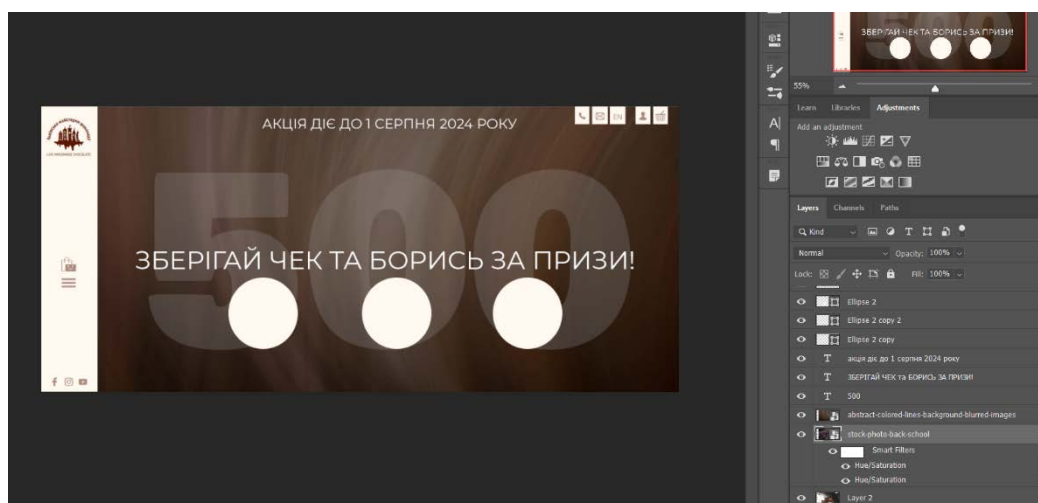


Рис.2.15 Розроблення банера для сайту

Для участі потрібно зробити покупку на суму більш ніж 500 гривень у будь-якому магазині мережі «Львівська майстерня шоколаду». Далі вам потрібно обов'язково взяти чек та вказати на ньому свої контактні дані, щоб ми могли з вами зв'язатися. У скрийку, що розташована на виході з магазину, необхідно обов'язково засунути цей чек – і ви учасник конкурсу. Чим більше чеків на суму 500 гривень та більше – тим більше у вас шансів на виграш.

На банері чітко вказані умови конкурсі та дата закінчення розіграшу. Такі акції привертають увагу до бренду, роблячи його більш помітним серед конкурентів. Це також стимулює продажі та залучення нової аудиторії, що бажатиме доєднатися до розіграшу.



Рис.2.16 Банер для сайту

Коди основних кольорів: fef8f0, 5a1601, fff9ef. Шрифт Montserrat Black та Regular.

Останній промоційний матеріал – це один макет зовнішньої банерної реклами кав'ярні. Він композиційно побудований у штучному, подібному до мультфільму стилі, оповитий м'якими тонами.

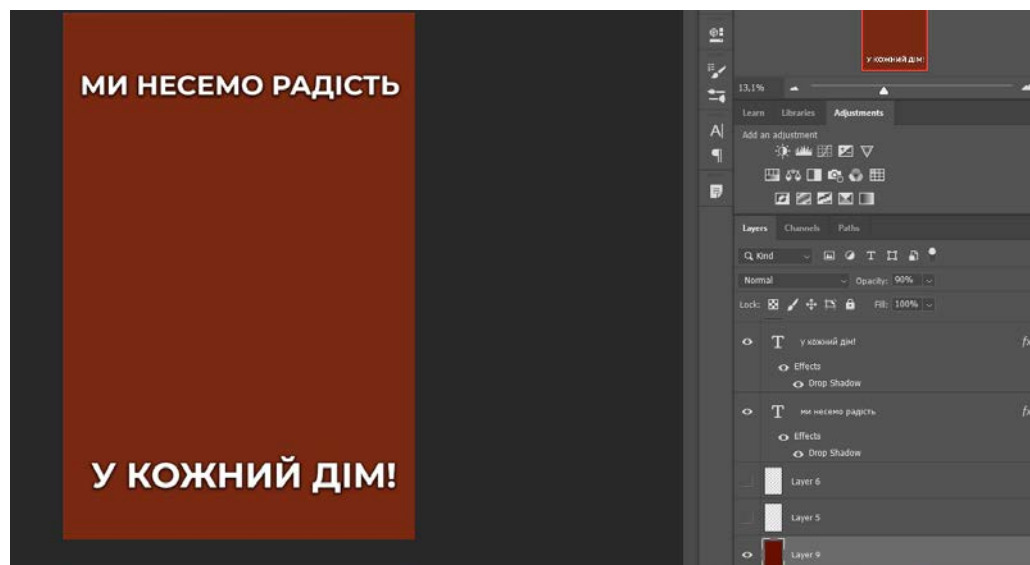


Рис.2.17 Розроблення макета зовнішньої банерної реклами кав'ярні

«Львівська майстерня шоколаду» має високу якість продукції, яка досягається завдяки використанню натуральних інгредієнтів, ручній роботі та дотриманню традиційних рецептів – і ми прагнемо постійно про це

нагадувати споживачам, навіть не прямо, а просто демонструючи запашну каву з шматочком шоколаду та тортиком.



Рис.2.18 Макет зовнішньої банерної реклами кав'ярні

Коди основних кольорів: fef8f0, 5a1601. Шрифт Montserrat Bold.

Отже, кожен елемент рекламної кампанії був ретельно продуманий і розроблений для підкреслення унікальності «Львівської майстерні шоколаду» та її продукції. Від створення банера до розробки сценарію для відеоролику та запрошення на тематичну подію – кожен крок був спрямований на залучення та утримання уваги аудиторії, підкреслення високої якості продукції та багатой історії бренду. Цей підхід дозволив не тільки підвищити впізнаваність бренду, але й створити міцний емоційний зв'язок з клієнтами, що є ключовим аспектом успішної маркетингової стратегії.

2.3. Визначення каналів розповсюдження та стратегії просування рекламної кампанії для досягнення максимального ефекту

Наша рекламна кампанія буде спрямована на жінок та чоловіків віком 14-50 років та доходом вище середнього, шанувальників шоколаду, які цінують якість та оригінальність продукту, сімейні пари, які вважають

кав'ярню ідеальним місцем для зустрічей, а також туристів, що зацікавлені у локальних смаколиках та культурі. Їх інтереси – шоколадні вироби, солодоці, подарунки. Головна мета – залучити велику кількість нових клієнтів та зробити бренд більш впізнаваним. Тривалість рекламної кампанії 40-50 днів. Бюджет – 43.000 гривень.

Канал ЗМІ	Формат розміщення	Вартість розміщення	Кількість	Бюджет
1. Соціальні мережі -- офіційна сторінка бренду Facebook, Instagram і YouTube	Пост, відео	200 грн/1. тис. Показів	1 пост, 1 відео	7.000 грн
2. Зовнішня реклама	Сітілайт, Банер,	Сітілайт 10.000 – 12.000 Грн Банер 12.000-15.000	По 2 одиниці	27.000 грн
3. Друкована реклама	Запрошення, постер, макет, листівка	Запрошення – 1.500 грн /100 штук Постер 3.000 грн/2 штуки Макет 2.500 грн/ 1 штука Листівка 4.000 грн/300 штук	403 штук	11.000грн

Ціни отримані після особистої розмови з менеджером сервісу «Outdoor online».

Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram і YouTube, є ключовими платформами для розповсюдження рекламних матеріалів. Вони дозволяють створювати різноманітний контент, який привертає увагу різних сегментів аудиторії.

Ми також налаштуємо ремаркетинг, щоб повторно залучати користувачів, які вже відвідували наш сайт, але не здійснили покупку. Такі заходи допоможуть збільшити конверсії та підвищити ефективність рекламної кампанії.

У підсумку, наша рекламна кампанія для кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» базується на комплексному підході, який охоплює різноманітні канали розповсюдження. Використовуючи соціальні мережі, зовнішню рекламу – ми зможемо максимально ефективно донести інформацію про продукцію кав'ярні до різних сегментів аудиторії. Такий підхід дозволить не лише збільшити продажі, але й зміцнити бренд, зробивши його впізнаваним та асоційованим з високою якістю, традиціями та мистецтвом виготовлення шоколаду.

ВИСНОВКИ

У зв'язку із високою конкуренцією на ринку закладів громадського харчування, зокрема, кав'ярень, актуальності набуває активна рекламна діяльність для підтримання лояльності існуючих клієнтів і залучення нових. З цією метою нами було розроблено рекламну кампанію для кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду».

Заклад є відомим, славиться якісними і смачними цукерками ручної роботи, виробами з шоколаду та десертами. Це розгалужена мережа кав'ярень, що присутня у декількох містах України, а також за кордоном. Окрім закладів громадського харчування, функціонує також інтернет-магазин продукції бренду.

Підприємство має сформований фірмовий стиль і традиції оформлення закладів, тож ми врахували ці особливості при розробці своїх рекламних матеріалів, щоб забезпечити зв'язок з попередньою рекламною діяльністю бренду.

Наша рекламна кампанія спрямовані на зміцнення бренду, залучення нових клієнтів та підвищення лояльності серед існуючих відвідувачів. Проєкт рекламної кампанії використовує комплексний підхід, заснований на глибокому розумінні цільових аудиторій та унікальних особливостей бренду.

Тривалість рекламної кампанії 40-50 днів. Бюджет – 43.000 гривень.

Для рекламної кампанії нами було створено 9 макетів: макет рекламної листівки для кав'ярні, сітілайт, макет посту в соціальні мережі, макет-запрошення на тематичну подію кав'ярні, два банери для сайту, рекламний постер, рекламний макет та макет зовнішньої банерної реклами. Вони об'єднані однією ідеєю – вибудувати лояльність у нових клієнтів та збільшити теперішні охоплення відвідувачів.

Також нами було створено один сценарій до відео, яке покликано викликати в глядачів бажання спробувати якісну кондитерську продукцію від «Львівської майстерні шоколаду», демонструючи професійне виробництво

шоколаду, завзятих працівників та задоволених споживачів у супроводі відповідно підбраного звукового оформлення.

Для оформлення матеріалів рекламної кампанії для кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» були використані шрифти: Montserrat Bold, Montserrat Regular, Montserrat Italic, Montserrat Black. Основні кольори макетів: відтінки кавового, бежевий та білий.

Нами заплановано використовувати такі аналі поширення: Facebook, Instagram, YouTube, друковані видання.

Таким чином, рекламна кампанія для кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду» є комплексним проєктом, що використовуватиме різні канали та методи для досягнення максимального охоплення та взаємодії з цільовою аудиторією. Ми покладаємо великі надії на успіх цієї рекламної кампанії, що дозволить досягти поставлених цілей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс. Київ, Видавничий дім «Вільямс», 2016. 608 с.
2. Артеменко Л.П. Формування конкурентоспроможності інноваційно-активних підприємств. *Економіка і організація управління*. 2014. №1(17)–№2(18). С.19–26.
3. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
4. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Зв'язки з громадськістю в системі маркетингового менеджменту підприємств. Донецьк, 2005. 273 с.
5. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Київ: Лібра, 2016. 712 с.
6. Годін С. Пурпурова корова! Як створити незабутній продукт. Київ: Наш Формат, 2018. 168 с.
7. Головчук Ю.О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 19. С. 337–341.
8. Дерев'янченко Т.Є. Бенівська І.В. Теоретичні аспекти діджитал-маркетингу. 2020.
URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/35458/vz_21_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення 07.06.2024)
9. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 440 с.
10. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу. 2011. № 4. С. 64–74.
11. Канал на стримінговому сервісі YouTube кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду». URL: https://www.youtube.com/channel/UCnKOz33UE-FDovqLzWfCW_g (дата звернення 7.06.2024)
12. Кравченко М.С. Аналіз сучасного стану ринку торговельної розвитку галузі України. *Вісник Приазовського державного технічного університету*, 2016. Вип. 31 (2). С. 139–145.

13. Липчук В.В., Дудяк Р.П., Бугіль С.Я., Янишин Я.С. Маркетинг. Львів: «Магнолія 2006», 2018. 456 с.
14. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент. Київ: КНЕУ, 2015. 276 с.
15. Мазаракі А.А., Богославець Г.М., Трубей О.М., Носуліч А.М. Оптова торгівля в Україні. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2016. 208 с.
16. Марцінковська О., Легкий О. Організаційні аспекти впровадження CRM-систем у діяльність підприємства. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2018. Вип. 23. С. 81–85.
17. Микитенко Л. Правове регулювання реклами та рекламної діяльності: проблеми теорії. Підприємництво, господарство і право. Київ: Міжрегіональна академія управління персоналом, 2012. 225 с.
18. Ніфатова О.М. Адаптація соціального медіа маркетингу до ринку послуг в Україні. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2016. № 2 (97). С. 87–95.
19. Ніфатова О.М. Брендінговий підхід до визначення маркетингової товарної політики підприємства. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції: Науковий журнал*. ХНТУ. 2016. № 22 (11). С. 50–55.
20. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті. Київ: Кондор, 2003. 218 с.
21. Офіційний сайт кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду». URL: <https://www.chocolate.lviv.ua/> (дата звернення 7.06.2024)
22. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід. Київ: ВД «Професіонал», 2005. 560 с.
23. Пелішенко В.П. Маркетинговий менеджмент. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 200 с.
24. Примак Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку. Київ: МАУП, 2003. 200 с.

25. Руделіус В., Азарян О.В. Маркетинг. Київ: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2015. 422 с.

26. Сторінка в соціальній мережі Facebook кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду». URL: <https://www.facebook.com/LvivHandmadeChocolate> (дата звернення 7.06.2024)

27. Сторінка в соціальній мережі Instagram кав'ярні «Львівська майстерня шоколаду». URL: <https://www.instagram.com/lviv.chocolate/> (дата звернення 7.06.2024)

ДОДАТКИ

Додаток А

Рекламна листівка



Рекламна листівка(зворотний бік)

НАБІР ЦУКЕРОК ТРЮФЕЛЯДА "СИЛЬНА УКРАЇНА"

Набір з 16 добірних трюфелів



НАБІР ЦУКЕРОК "СИЛЬНА УКРАЇНА"

Набір з 4 трюфельних цукерок на основі білого та чорного шоколадів зі смаками манго та кави з марципаном.

НАБІР ЦУКЕРОК ВИБАРНЕ "СИЛЬНА УКРАЇНА"

Набір з 9 марципаново-горіхових цукерок: Королівська, Біла Говерла, Дефіляда, Софі, Фрау Рузя, Франц і Йосип, Вишневий шпацер, Кураговий бальон, Карамелія.





Макет сітілайта



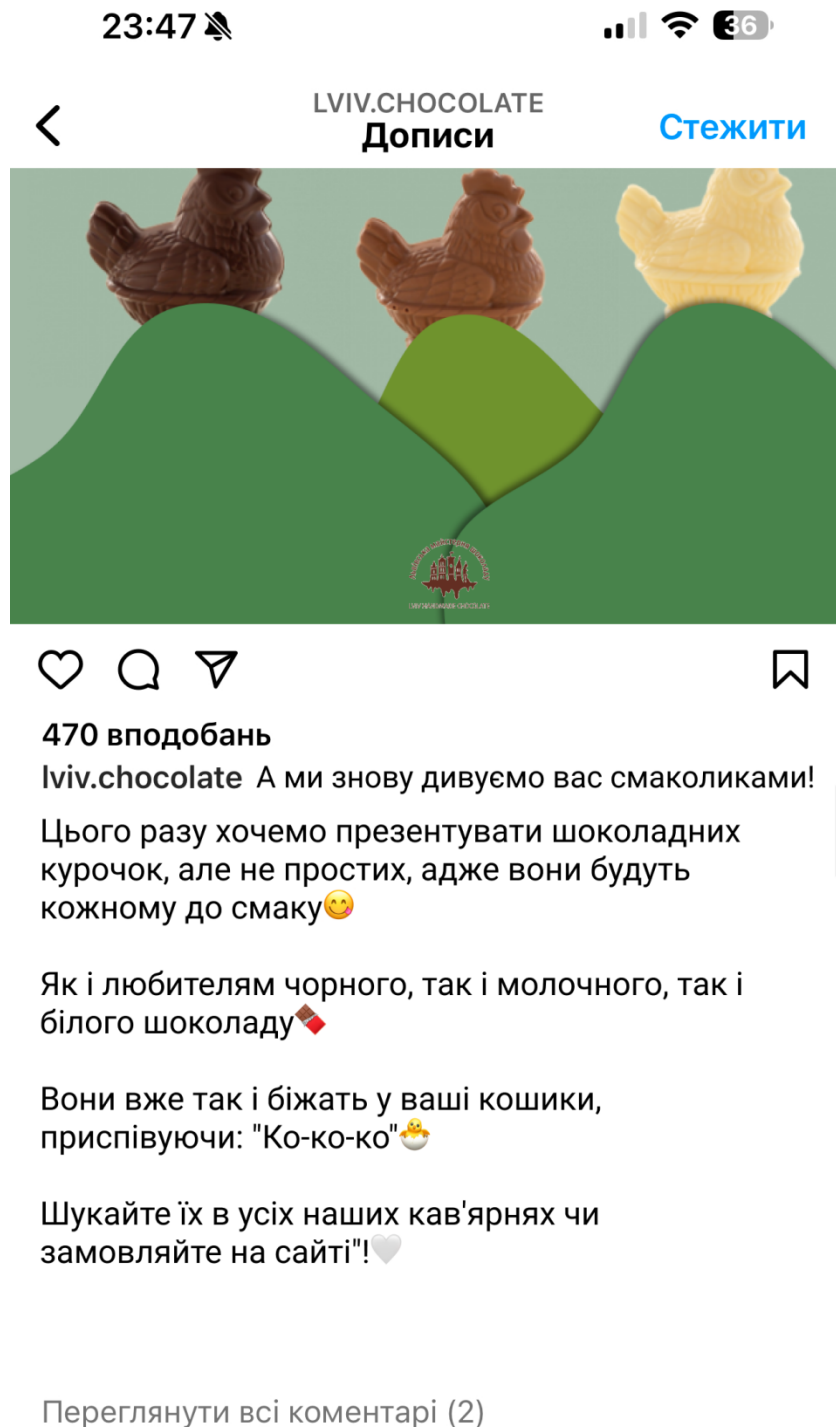
Мокап сітілайта



Пост у соціальні мережі



Мокап посту в соціальні мережі



Макет-запрошення



Мокап запрошення



Банер для сайту

The banner features a dark, textured background with a grid pattern. At the top left is the logo for 'Львівська Майстерня Шоколаду' (Lviv Handmade Chocolate). At the top right are icons for phone, email, language (EN), user profile, and shopping cart. The main text is in large, bold, white letters. Below the text are five colorful chocolate pieces representing different fruit flavors: Rambutan (purple), Fizalis (yellow),荔枝 (red), Durian (green), and Сарпуджа (blue). At the bottom, there are social media icons for Facebook, Instagram, and YouTube, and a line of text in Ukrainian.

**ШОКОЛАДОМ ЛЬВІВСЬКОЇ МАЙСТЕРНІ -
МИ ДИВУЄМО ВЕСЬ СВІТ!**

**ТОЖ ТЕПЕР ЗАПРОПОНУЄМО -
РІЗНОБАРВНИЙ САМОЦВІТ!**

РАМБУТАН ФІЗАЛІС ЛИЧІ ДУРІАН САРАПУДЖА

ВСТИГНИ СКУШТУВАТИ ВСІ КОЛЬОРИ ЦУКЕРОК, ЩО ПОЄДНУЮТЬ СМАКИ НАЙЕКЗОТИЧНІШИХ ФРУКТІВ НАШОЇ ПЛАНЕТИ

Рекламний постер



Мокап рекламного постера



Рекламний макет

РОЗМАЛЮЙ КАРТИНКУ -
ОТРИМАЙ ШОКОЛАДНУ СМАКОЛИНКУ!



ГАРАНТОВАНИЙ ПОДАРУНОК!

Мокап рекламного макета



Банер для сайту

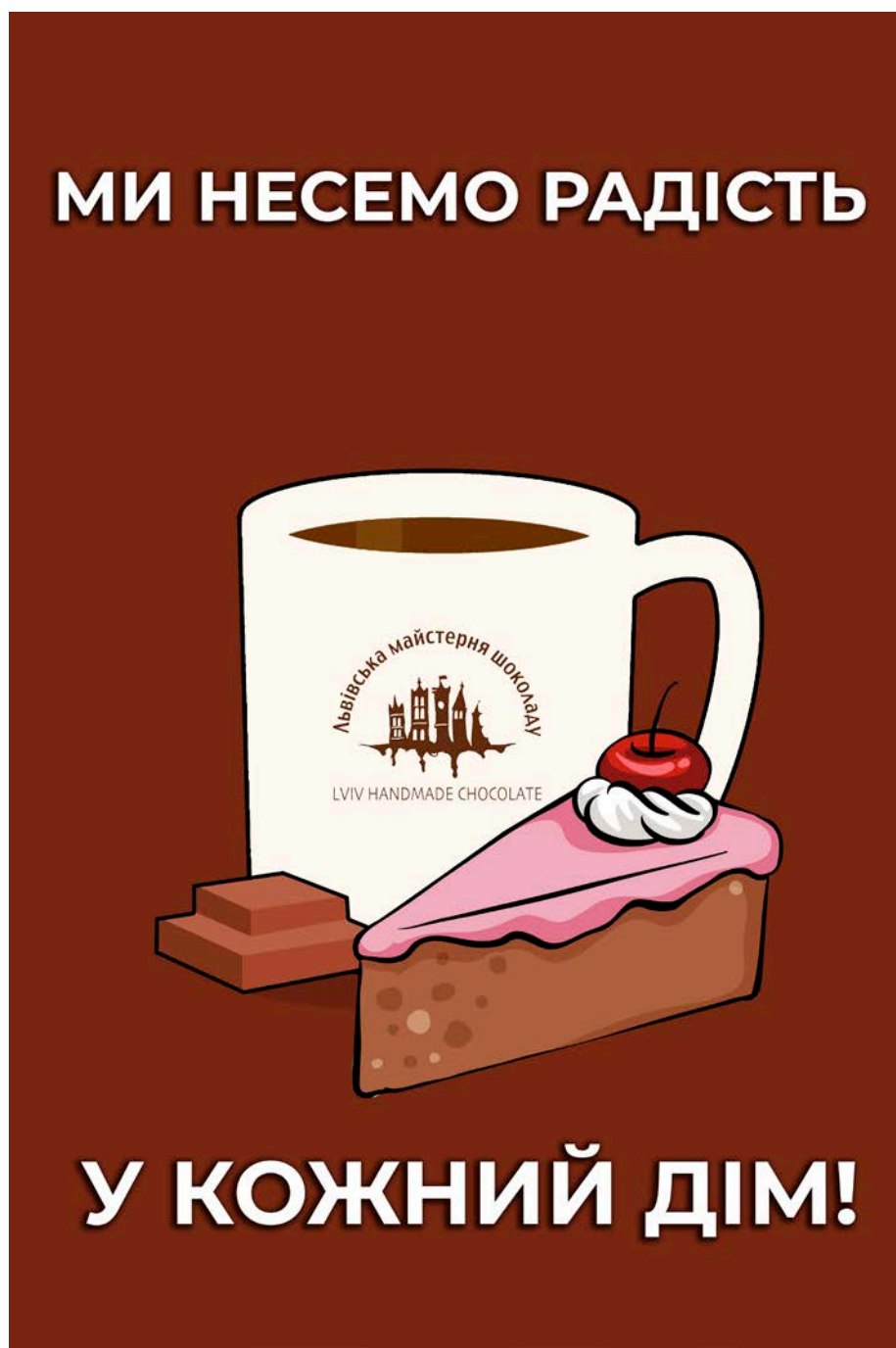
АКЦІЯ ДІЄ ДО 1 СЕРПНЯ 2024 РОКУ
КЛІКАЙ, ЩОБ ДІЗНАТИСЯ БІЛЬШЕ

РОЗІГРАШ!

КУПУЙ ТОВАРИ НА СУМУ ВІД 500 ГРИВЕНЬ
ЗБЕРІГАЙ ЧЕК ТА БОРИСЬ ЗА ПРИЗИ!

БЕРИ УЧАСТЬ У РОЗІГРАШІ IPHONE 15, IPHONE 14 ТА PLAYSTATION 5!

Макет зовнішньої банерної реклами



Мокап зовнішньої банерної реклами

