

Маркетинговая стратегия

Анализ рынка

- Размер (объем) рынка
- Изменение границ рынка (рост, стабильность, уменьшение)
- Доля компании «PRIKID» на рынке
- Определение основных конкурентов рынка
- Характеристики географических регионов рынка
- Макро-изменения рынка
- Описание основных используемых инструментов (программное обеспечение, бизнес-услуги, инструменты рынка)
- Анализ инновационных тенденций рынка
- Торгово-распределительная сеть

Анализ конкурентов

- Анализ предоставляемых услуг
- Уровень рекламной компании и узнаваемости
- Качество обслуживания потребителей
- Описание акционных предложений
- Распределение товаров по категориям

- Маркетинговая стратегия конкурента
- Позиционирование товара конкурента

Анализ потребителей

- Характеристики рынка
- Анализ продаж
- Определение профилей типичных потребителей и их характеристик

**Маркетинговый план
(усиление характеристик
продукта соответственно
потребностей
потребителей)**

- Направление ресурсов компании на удовлетворение сегментов существующих потребителей
- Определить будущих потребителей
- Разработать эффективные рекламные и маркетинговые кампании

Создание
корпоративной
культуры

Исследование
эффективности
продаж
по телефону

Анализ
Интернет-сайта

Анализ
быстроты приема
и
обработки
заказов

Интернет-опрос потребителей

Маркетинговое исследование
эффективности продаж и
рекомендации по ее улучшению

Анализ конструкторов на сайтах
конкурентов и формирование
предложения по созданию
собственного