

Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Объект исследования

Название предприятия:

- ООО «Ермолинские полуфабрикаты»

Область деятельности:

- рынок потребительских товаров

Основной вид деятельности:

- реализация продуктов питания глубокой заморозки (полуфабрикатов) через фирменную

Положение на рынке г. Красноярска:

- с 2006г. один из крупнейших поставщиков продуктов питания глубокой заморозки в г. Красноярске

Цель и задачи исследования

Цель исследования сбытовой политики:

- обеспечение увеличения выручки ООО «Ермолинские полуфабрикаты» за счет разработки мероприятий по повышению эффективности сбытовой политики

Задачи исследования:

- обозначить цели и задачи стимулирования сбыта на предприятии
- выбрать необходимые методы и средства стимулирования в соответствии с поставленной целью
- разработать мероприятия по повышению эффективности сбытовой политики.

Основные конкуренты



Рисунок 1 – Структура рынка замороженных полуфабрикатов в г.Красноярске

Динамика выручки в 2006-2008гг

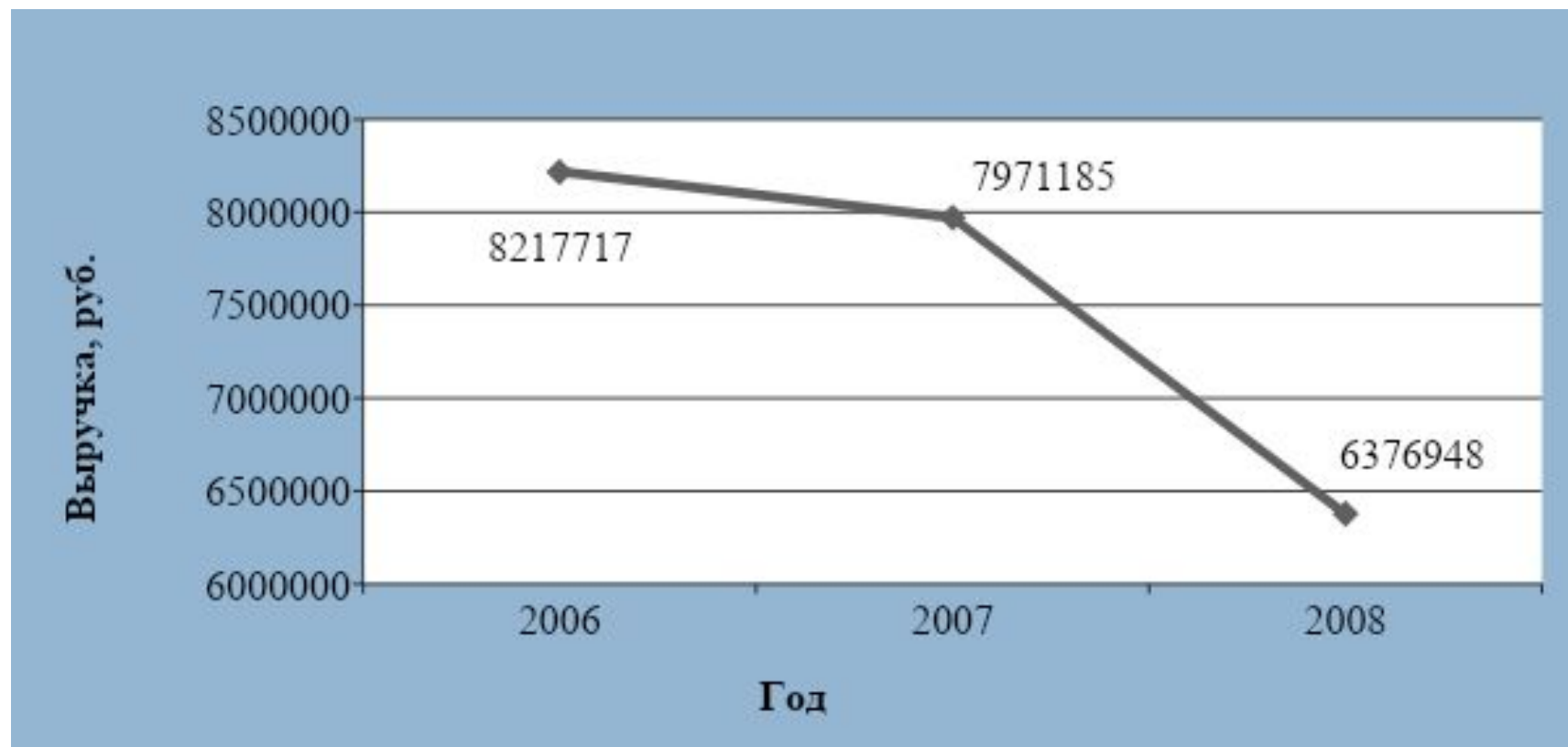


Рисунок 2 – Динамика выручки ООО «Ермолинские полуфабрикаты»

Сегментация потребителей



Рисунок 3 – Сегментация покупателей ООО «Ермолинские полуфабрикаты»

Определение целевого сегмента

- Покупатели:
 - 79% - физические лица
 - 21% - юридические лица
- Периодичность закупок:
 - 52% - постоянные
 - 38% - периодические
 - 10% - разовые
- Целевой сегмент:
 - физические лица с постоянной периодичностью закупок

Рисунок 4 – Определение целевого сегмента

Сбытовая политика предприятия

- Средства стимулирования продаж, используемые ООО «Ермолинские полуфабрикаты»
 - Стимулирование покупателей
 - оформление мест продаж (фирменной розничной сети магазинов)
- Стимулирование персонала
 - премии к зарплате при выполнении годовых показателей
 - премии за перевыполнение показателей в период спада продаж
- Стимулирование посредников
 - отсутствует

Рисунок 5 - Средства стимулирования продаж предприятия

Предложения и рекомендации

Стимулирование покупателей

- скидки в цене при покупке на крупную сумму денег
- дегустации продукции в местах продаж
- предложение прямой премии с привлечением торговой точки (в дополнении к покупке товара, покупатель должен сделать другие покупки на определенную сумму)
- проведение ярмарок и выставок-продаж

Стимулирование персонала

- организация конкурса «Лучший сотрудник месяца» (каждый месяц по результатам отчетов о проделанной работе выбирается лучший сотрудник, который получает вознаграждение)