

Маркетинговый план

Цель занятия

- Рассмотреть основные понятия маркетинга
- Определить этапы маркетингового планирования
- Изучить понятия емкость рынка и сегменты рынка

Маркетинг - это

*процесс прогнозирования потребностей
потенциальных покупателей и
удовлетворения этих потребностей
путем предложения соответствующих
продуктов и услуг.*

- Цель маркетинга – не просто продажа продукта или услуги любым способом, а удовлетворение потребностей клиента.
- Задача маркетинга – понять нужды и потребности потенциального потребителя и удовлетворить их лучше своих конкурентов

Маркетинговое планирование

1. Изучение тенденций развития отрасли и сферы вашей деятельности
2. Изучить рынок (определить размер рынка) и изучить основных конкурентов
3. Разработать маркетинговый план

Размер рынка

- Емкость рынка (market size) – размер рынка определенного товара или услуги, выраженный в совокупном объеме продаж товара за расчетный период; или общий спрос на категорию товаров, выраженный в покупательской способности населения. *Часто в маркетинге вместо понятия «емкость рынка» используются его синонимы: размер и объем рынка.*



Какая входящая информация необходима для расчета емкости рынка?

Факторы и показатели	Описание
Период	За какой период будет рассчитана емкость рынка? (месяц, квартал, полугодие, год)
Границы рынка	По какому региону будет рассчитана емкость рынка? (Россия, республика Бурятия, г. Улан-Удэ, октябрьский район)
Критерии для расчета потенциала	Какой показатель будет взят за основу расчета потенциальной емкости рынка – возможный уровень производства или возможный уровень потребления?
Аудитория	Какая аудитория будет учитываться в расчете емкости рынка (все население 18+, женщины 35-55 со средним уровнем дохода, все люди в возрасте от 55 лет, молодые семьи и т.д.)?
Аудитория	Какая аудитория будет учитываться в расчете емкости рынка (все население 18+, женщины 35-55 со средним уровнем дохода, все люди в возрасте от 55 лет, молодые семьи и т.д.)?
Единица измерения	Что будет являться единицей измерения при расчете емкости рынка (валюта, единица продукции или объем продукции)?
Источники	Какая информация необходима для расчета емкости рынка, источники получения данной информации?

Как рассчитать емкость рынка?

*Емкость рынка за период N (тыс. шт) =
Численность целевой аудитории рынка
(в тыс. чел.) * норма потребления
товара за период N (в шт.)*

- Емкость рынка за период N (тыс.шт) =
Численность целевой аудитории рынка
(в тыс. чел.) * норма потребления товара
за период N (в шт.)

- Емкость рынка за период N (единицы объема – тыс.л) = Численность целевой аудитории рынка (в тыс. чел.) * норма потребления товара за период N (в шт.) * средний объем 1 упаковки товара (в единицах объема – литр)

- Емкость рынка = Сумме продаж всех компаний на рынке, выраженных в ценах продажи покупателю (т.е. не в отгрузочных, а в розничных ценах)

Сегментация рынка

процесс разбивки потребителей или потенциальных потребителей на **рынке** на различные группы (или **сегменты**), в рамках которых потребители имеют схожие или аналогичные запросы, удовлетворяемые определенным комплексом маркетинга.



Признаки сегментации потребительского рынка розничного торгового предприятия

