



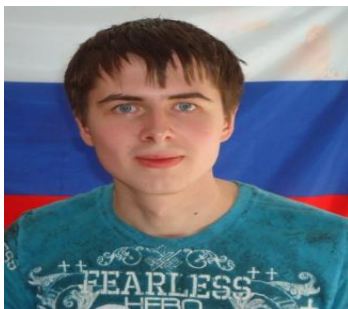
Решение бизнес кейса в рамках Tomsk Case Championship 2012

Досье

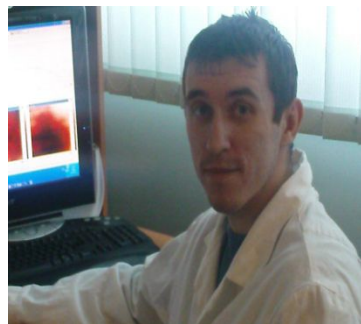
Суховерхов Дима
– студент 4 курса
ФИТ ТГУ. Любит
животных,
мечтает играть в
Национальной
Баскетбольной
Лиге . Лидер
команды.



Логинов Серёжа
– студент 4
курса ФИТ ТГУ
не любит
Логинова
Виктора (Гена
Букин), любит
учиться.
Главный трудяга
команды.



Белых Гена
– студент 5 курса
ФФ ТГУ. Не любит
животных, любит
боевые искусства .
Главный критик
команды и
дизайнер проекта.



Денисова Наташа
– студентка 4 курса
ФИТ ТГУ. Самый
красивый участник
команды (по
единогласному итогу
голосования).
Муза, талисман и
психолог команды.



На Раз-Два!



На Раз-Два!

ТРИАДА ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМ ИЛИ ДРЕВО ЦЕЛЕЙ

Н хіямэуэпшіен әиңліе неіспользуемьх Н
випади

ангов крота ктәдтж
жидәетсә втора волна
адат цена на домәня, но
он ктивя не іспользуютсә
система

ак получить прибыль
волевой вопрос

ДРЕВО ЦЕЛЕЙ или триада проблем



Существующие методы решения проблемы



Предлагаемое решение

- Дослосрочная перспектива
- Краткосрочное решение



Конкурентные преимущества

- Альтернатива и конкуренты

Целевая аудитория



Методы стимуляции продвижения проекта



Оценка рынка



Ключевые показатели и прогноз

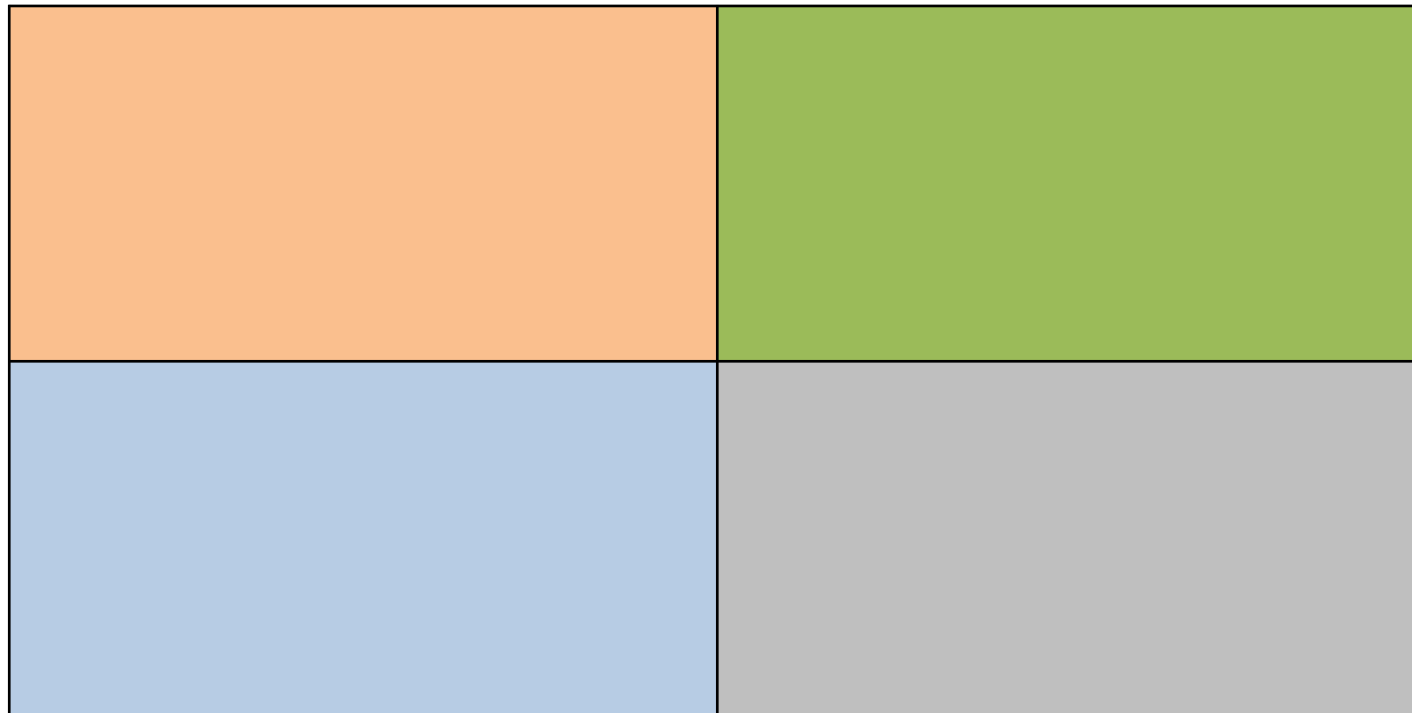


PEST анализ



Политические факторы

Экономические факторы



Социальные факторы

Технологические факторы

SWOT анализ проекта



Сильные стороны

Слабые стороны

Внутренняя
среда

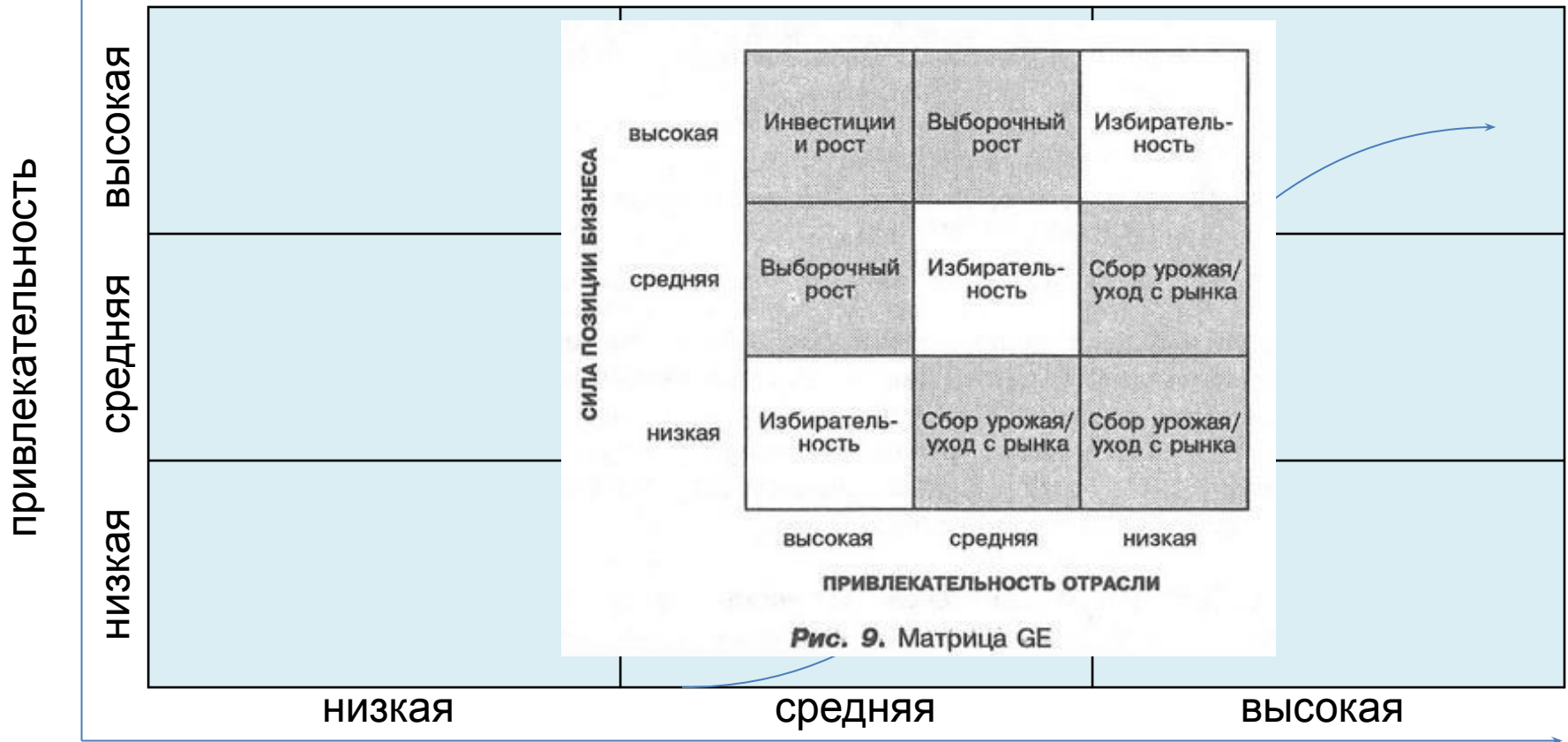
- SWOT

- свойства проекта или коллектива, дающие преимущества перед другими в отрасли
- Weaknesses (свойства, ослабляющие проект)
- внешние вероятные факторы, дающие дополнительные возможности по достижению цели
- (внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели)

Внешняя
среда

Матрица McKinsey

<http://www.grandars.ru/student/marketing/matrica-mckinsey.html>



Конкурентное преимущество на рынке

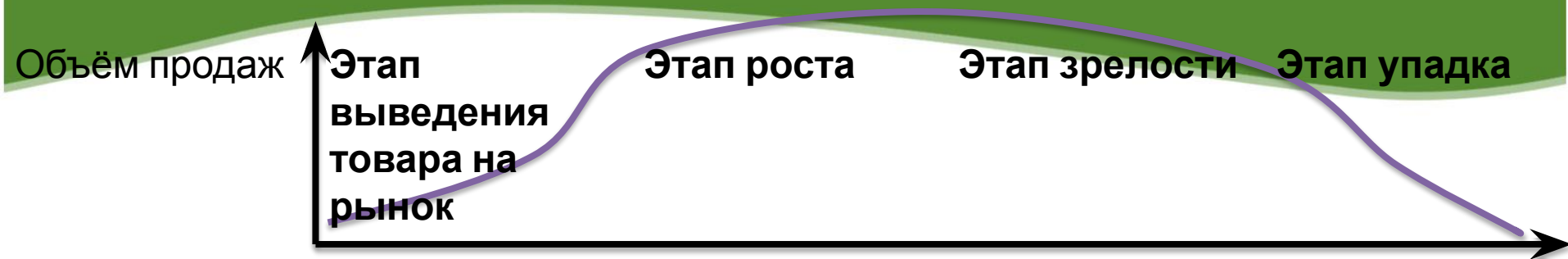
Пять сил портера



Матрица VCG



Модель жизненного цикла



Реклама	Наиболее эффективна	Эффективна	В основном напоминающая	Только напоминающая
Стимулирование сбыта	Полезна для тестирования товара	Можно сократить	Наиболее эффективно	Высокая эффективность
Личная продажа	Очень затратна	Ограниченная	Эффективна	максимальна
Пропаганда	Наиболее эффективна	Эффективна	Напоминающая	Сводится к нулю

Риски и способы их минимизации







Вывод



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**