

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/122346>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Маркетинговое исследование

-

Вариант 3 Завод «Промпластмасс» производит и реализует на региональном рынке изделия из пластика: пластиковую мебель, торговые палатки, тенты и зонты для кафе, пляжей, детских площадок. Опишите возможную структуру канала распределения, наиболее приемлемую стратегию распределения и систему мотивации участников канала.

Структура канала распределения

Задача 11.10

ВОПРОСЫ: 1. Как можно охарактеризовать систему товародвижения предприятия?

Система товародвижения – селективная дистрибуция для посредников на разных региональных рынках.

2. Какие преимущества имеет такая система сбыта?

3. Как свойства выпускаемой предприятием продукции отражаются на особенностях его отгрузки, транспортировки, хранения реализации?

- хрупкость,

- склонность к расслоению и крошению,

- потеря внешнего вида и функциональных свойств при некорректной транспортировке и хранении.

4. Сформулируйте собственные предложения по совершенствованию товародвижения предприятия.

Задача 11.11

ВОПРОСЫ:

1. Какие типы торговых посредников указываются в рассмотренной ситуации?

Торговые предприятия, которые перепродают продукцию на рынках или предприятия сферы общественного питания, интернет-магазины с доставкой.

2. Какие тенденции характерны для рынка розничной торговли продовольствием в Нижнем Новгороде, исходя из описанной ситуации?

Спрос на универсальность магазина (расширенный ассортимент) с собственным кулинарным цехом, разработка программ лояльности для удержание клиентов, ко-маркетинг с другими компаниями.

3. Как можно охарактеризовать современное состояние и перспективы развития сети «Гулливер» как элемента системы распределения продовольственных товаров?

Перспективы: создание разных форматов (для разных категорий клиентов за счет изменения ассортиментной матрицы), развитие собственного производства в разных товарных группах.

Вариант 3 Доход продовольственной сети «Глобус» за 10 дней составлял 795 565 руб. Через 30 дней после рекламной акции на местном радио среднедневной доход достиг 81 250 руб. На данную акцию организация потратила 7 500 руб. Найти прирост среднедневного дохода организации и краткосрочный эффект от рекламной акции.

Среднедневной доход до акции за 1 день: $795\,565 / 10 = 79\,556,5$ руб.

Доход после акции за 1 день: 81 250 руб.

Среднедневной прирост дохода: $81\,250 - 79\,556,5 = 1\,693,5$ руб.

Краткосрочный эффект: $1\,693,5 \cdot 30 - 7\,500 = 43\,305$ руб.

Трансляция через канал В наиболее выгодный вариант

Вариант 3 Производитель предлагает рынку новый вид хлебобулочных изделий. По плану, на него должны переключиться 90 000 человек, что составляет 20 % рынка. Планируется охватить рекламой 40 % целевой аудитории, поскольку, согласно результатам пробных продаж, половина покупателей, попробовавших новое изделие, становятся его постоянными потребителями. Определить рекламный бюджет, если стоимость одного контакта 300 руб., а для достижения данного уровня осведомлённости необходимы 20 контактов.

ЗАДАНИЕ: 1. Какие мероприятия по стимулированию сбыта проводятся компанией самостоятельно, а какие совместно?

2. Разработайте самостоятельную акцию по стимулированию сбыта для «Связного», направленную на привлечение новых клиентов.

Премия менеджеру по продажам за прирост клиентов, которые совершили покупку на сумму от 500 руб. и стали членом программы лояльности.

Задача 12.6 Маркетинговые коммуникации сбытовой организации ООО «КОМПЬЮТЕРРА» продаёт оборудование ведущих мировых производителей компьютерной техники, сертифицирована корпорациями HEWLETT-PACKARD (HP Preferred Partner GOLD 2009), IBM (IBM PartnerWorld: Top 100 Business Partners 2005), American Power Conversion (Authorised Reliability Provider), SAMSUNG (Авторизованный партнер).

ЗАДАНИЕ:

1) Какие направления деятельности компании нуждаются в развитии?

- Оптимизация интернет-продаж,

- повышение качества презентации выгод для клиентов и простота расчетов затрат на реализацию и эффективность оборудования.

2) Как может выглядеть система маркетинговых коммуникаций данной компании? Составьте план коммуникативных мероприятий на ближайшее полугодие.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/122346>