

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/glava-diploma/360111>

Тип работы: Глава диплома

Предмет: Маркетинг продаж

-

В предыдущей главе выявлено, что система сбыта ЗАО «Мстерский ювелир» следующая:

- дилеры (крупнооптовые и мелкооптовые организации);
- сайт;
- собственный фирменный магазин (открыт исключительно для туристов);
- межрегиональные ярмарки-выставки.

Можно констатировать, что продажи через собственный фирменный магазин являются очень низкими, так как в этой ситуации свой отпечаток оставила пандемия и туристические потоки сошли на нет. Аналогичная ситуация с сайтом организации: он недостаточно информативен, его дизайн не слишком привлекательный, а также там представлен не весь ассортимент выпускаемой продукции, поэтому продажи через сайт очень низки.

Практически все объемы производимого товара отправляются по предварительной заявке дилерам, а другая часть изделий участвует в межрегиональных ярмарках и выставках, где реализуется как физическим лицам, так и юридическим. На подобных ярмарках заключаются новые договоры с организациями на дальнейшее сотрудничество.

Анализ, проведенный во второй главе выпускной квалификационной работы, показал, что существующая маркетинговая деятельность ЗАО «Мстерский ювелир» является неэффективной, предприятию необходимо сосредоточиться на улучшении маркетинговой политики, так как основными проблемами предприятия являются отсутствие комплекса маркетинга и рекламы, по причине чего имеются большие проблемы с информацией у покупателя о данном продукте, и как следствие, рекламой этого продукта.

Проведенная оценка качества продукции ЗАО «Мстерский ювелир» указывает на её высокий уровень практически по всем параметрам. Для повышения её конкурентоспособности следует повысить известность/ узнаваемость собственного бренда, уделить больше внимания маркетинговой стратегии, проводить более активную рекламу и продвижение продукции на рынке, разрабатывать новые, более востребованные модели ювелирных изделий.

Обеспечение эффективности сбытовой политики ЗАО «Мстерский ювелир» возможно только при расширении контактов с посредниками и взаимодействии с ними на взаимовыгодных условиях [15, с.149]. Прежде всего, речь идет о мелкооптовых оффлайн и онлайн торговых компаниях, которые могут делать заказ продукции завода партиями определенного объема и реализовывать её на своих территориях (рис.14).

-

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/glava-diploma/360111>