

ТЕМА ЗАНЯТИЯ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН МАРКЕТИНГА. ВЫБОР СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА

Задание № 1.

Компания «XXXX», была основана в 1965 и за 35 лет торговой деятельности значительно укрупнилась и развилась. Основной вид деятельности – предложение и продажа ассортимента подшипников и механических передач для рынков конечных покупателей, в которой компания стала очень значимым и признанным игроком.

Компания производит товары в пяти различных регионах, каждый из которых выдает только часть товарного ассортимента, для получения минимальных издержек производства.

Компания имеет два канала сбыта, один – изготовители оригинального оборудования, другой – независимые дистрибьюторы на рынке комплектующих, за исключением крупных клиентов, которые покупают напрямую.

Детальное исследование прошлой и текущей деятельности показало успешную деятельность в динамике, рыночная доля на международном рынке колеблется в пределах 11%, на отечественном рынке – в пределах 9% со снижением прибыли за последние два года, т.к. в последние годы были ограничены инвестиции в бизнес.

Стратегическая цель компании: расти на существующих сегментах с достижением 15%-ной доли рынка, а также освоение новых рынков.

ЗАДАЧА:

В соответствии со стратегической целью компании, составьте раздел стратегического плана маркетинга «Аннотация для руководства».

Задание № 2.

Выберите один из товаров:

1. Стационарный телефон
2. Микроволновая печь
3. Шариковая ручка
4. Медицинские маски

ЗАДАЧА:

1. Определите стадию жизненного цикла выбранного товара.
2. В соответствии со стадией ЖЦТ, опишите стратегию по товару.