

Исследовательский проект

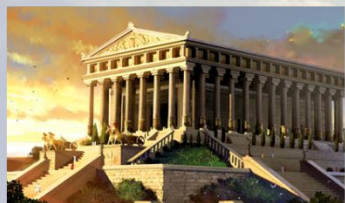
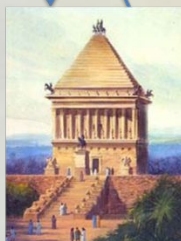
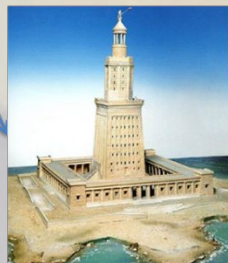
«Разработка комплекса маркетинга для
компании»

Парк культуры и отдыха

Выполнили: БМН 138
Айрапетян Светлана
Волоховский Василий
Калужская Яна
Комарова Елизавета
Давлетшин Самат

Основная идея

Воссоздание 7-ми чудес света Древнего мира в парке



Местоположение

Парк отдыха «Тропарево» расположен недалеко от пересечения Ленинского проспекта и МКАД. Это место очень удобно для прогулок с детьми. На обширной территории парка располагаются детские площадки, аттракционы, волейбольная и баскетбольная площадка, тир и многое другое. Также работают несколько кафе, где часто играет музыка. Кроме того, летом открыт прокат велосипедов, сигвеев, детских машинок, лодок и катамаранов.

* Территория парка «Тропарево» достаточно большая, а развлечения и места для отдыха нуждаются в модификации. Переформировать парк отдыха и развлечений в парк культуры и отдыха – наша первоочередная задача. Используя ранее изученные маркетинговые инструменты, реализуем маркетинговый комплекс по превращению задуманного в реальность на



Наши идеи



Зоны для пикника разделены на места для "выезда на шашлыки" и просто пообедать на свежем воздухе. Для реализации идеи выезда на шашлыки, предоставляются услуги для аренды мангала, шампуров и средств для розжига по доступным ценам. (СЮДА ЦЕНЫ?)



Здесь можно полежать на травке или прилечь на пуфы, наслаждаться погодой и лежать среди многочисленных деревьев. Так же предоставляются гамаки и шатры (для тех, кто боится сгореть).

Наши идеи



Прежде чем приступить к тренировке, человек может выбрать маршрут по длине, сложности (с горками или без), а так же, по предпочтению: лес или больше людей, памятников.

Неотъемлемой частью культурного отдыха являются аттракционы и сцена. Мы хотим соединить эти две вещи для того, чтобы родители могли как развлечь чадо на аттракционах, так и насладиться концертом одновременно. Эта зона будет расположена в противоположной зоне парка от дорожек для бега, чтобы не мешать спортсменам.



В России сегодня работает около 700 парков, из них около 30 крупных (по данным РАППА). В Москве в настоящее время в столице 15 парков культуры и отдыха (5 городских и 9 районных). Их общая площадь – более 2500 га.

Тенденции:

- Усиление акцента на современных технологиях, высоком качестве, а также гарантиях безопасности
- Повышение доступности уровня цен
- Интеграция парков с предприятиями сферы общепита, розничной торговли и кинотеатрами
- Объединение отдыха и учебы, получение познавательной информации во время отдыха

Активный рост в сегменте семейных развлечений

По данным исследования, проведенного ЕНМЦ по заказу правительства Москвы в 9 парках города :

- 30% респондентов посещают парки регулярно (1 – 2 раза в месяц);
- 26% респондентов посещают парки несколько раз в год
- 25% -почти ежедневно и 1 – 2 раза в неделю (наиболее активные)
- 75% из числа опрошенных москвичей показали, что парк для них – самое популярное место для отдыха и прогулок

Цель посещения парка	%
Пообщаться с друзьями, знакомыми	33
Подышать свежим воздухом	29
Побыть наедине с природой	21
Посетить аттракционы	16
Посетить культурно–массовые мероприятия	14
Заняться спортом	12
Другое	12
Не дали ответа	4

16% посетителей парков приходят, чтобы посетить аттракционы, и являются **целевой аудиторией** для игроков рынка аттракционов.

Сегментирование потребительского рынка

Психографический признак

Географический признак

Наименование	Сегмент
Страна	Россия
Регион	Центральный федеральный округ
Город	Москва, МО
Район	Юго-запад Москвы
Плотность населения	Большие города
Климат	умеренно-континентальный, с чётко выраженной сезонностью

Наименование	Сегмент
Класс	<ul style="list-style-type: none">• Средний• Выше среднего
Образ жизни	<ul style="list-style-type: none">• Активный/пассивный
Тип личности	<ul style="list-style-type: none">• Преуспевающие• Динамичные• Авантюрные• Спокойные
Ценности	<ul style="list-style-type: none">• Самообразование• Общение• Желание провести время с пользой

Сегментирование потребительского рынка

Поведенческий признак

Наименование	Сегмент
Искомые выгоды	<ul style="list-style-type: none">• Удобство• Комфорт• Качество• Сервис
Статус пользователя	<ul style="list-style-type: none">• Новый клиент• Регулярный пользователь• Потенциальный клиент
Интенсивность потребления	Высокая
Степень приверженности	<ul style="list-style-type: none">• Сильная• Средняя
Степень готовности потребителя к восприятию услуги	Высокая
Отношение к услуге	<ul style="list-style-type: none">• Позитивное• Восторженное

Демографический признак

Наименование	Сегмент
Возраст	0+
Пол	<ul style="list-style-type: none">• Мужской• Женский
Категории посетителей	Дети, школьники, подростки, молодежь, пары, семьи
Уровень дохода	~ 55 000 р
Этап жизненного цикла семьи	<ul style="list-style-type: none">• «Холостяки»• Молодожены без детей• Полное гнездо (1,2,3 стадии)
Род занятий	Школьники, студенты, работники
Образование	Среднее/Высшее
Религия	Не имеет значение
Национальность	<ul style="list-style-type: none">• Жители Москвы• Иностранцы

Парки культуры и отдыха являются частью многосегментного рынка развлечений и отдыха

Целевой сегмент

Несмотря на сокращение доли людей трудоспособного возраста, нашим **целевым сегментом** является в первую очередь молодежь и семьи с детьми.

Причины:

1. Спорт - это модно
2. Парки культуры и отдыха становятся площадками для «интеллектуального обогащения»
3. Огромное разнообразие в выборе развлечений

Прогноз возрастной структуры населения России в 2001-2015 гг.

Показатель	2001 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	Прирост за 2001-2015 гг.
Численность населения					
млн. чел.	144,8	141,2	138,0	134,4	-10,4
%	100,0	100,0	100,0	100,0	-
В том числе:					
Моложе трудоспособного возраста					
млн. чел.	27,9	22,3	20,1	20,6	-7,3
%	19,3	15,8	15,0	15,3	-
В трудоспособном возрасте					
млн. чел.	87,1	89,8	86,3	80,4	-6,7
%	60,1	63,6	62,5	59,9	-
Старше трудоспособного возраста					
млн. чел.	29,8	29,1	31,0	33,4	+3,6
%	20,6	20,6	22,5	24,8	-

- При общем сокращении численности населения РФ за 2001-2016 гг. на 10,4 млн. чел. население в возрасте моложе трудоспособного (0-16 лет) уменьшится на 7,3 млн. чел., в трудоспособном – на 6,7 млн. чел., а старше трудоспособного – увеличится на 3,6 млн. чел.



Позиционирование парка



Семейный детский парк

Парк «Тропарево» является самым семейным парком Москвы. Здесь присутствуют 7 различных зон и несколько десятков видов активности.

Поэтому даже самый капризный член семьи найдет себе занятие по душе!



Парк чудес света

Парк «Тропарево» будет запоминаться своим посетителям в первую очередь из-за ярких и больших сооружений, которые имитируют 7 чудес света. Это будет отличным для посетителей

сфотографироваться на их фоне и узнать их поближе

Позиционирование парка



Остров радости жителей Юго-Западной части

столицы

Парк отдыха «Тропарево» расположен недалеко от пересечения Ленинского проспекта и МКАД. Благодаря этому, для жителей прилежащих районов, это место может стать островком, куда они всегда смогут прийти и получить свою частичку отдыха, радости и счастья.



Самый яркий и разнообразный

Главной «фишкой» парка «Тропарево» будет большое количество совершенно разных зон отдыха которые позволят каждому посетителю найти что-то интересное, несмотря на то, какое у него настроение и чем ему нравится заниматься.

Продвижение парка



Организация развлекательных мероприятий по каждой из тематик



Организация фестивалей и концертов на



Продвижение в тематических сообществах Москвы



Продвижение индивидуальных активностей парка

Процесс

Посетитель входит в парк через арку, на входе сотрудник парка выдает ему буклет с описанием зон парка, скидках на активности

При желании посетить одну из платных зон «внутри» чуда света, посетитель приобретает в одной из касс билет на посещение желаемой зоны

Кассир проверяет наличие свободных мест на желаемое время по постоянно обновляющейся базе, объединяющей все кассы парка, согласовывает с клиентом время и печатает билет

