



Piaget  
T  
Polo S







PIAGET

PIAGET

PIAGET

# проблемы и цели

1. Входные барьеры:
  - 1) Определить технические параметры товара.
  - 2) Определить стилистические предпочтения потребителей.
2. Какие требования предъявляет потребитель к данному товару:
  - 1) Выяснить, какие характеристики важны для потребителя.
  - 2) Выяснить цену, приемлемую для покупателя.
  - 3) Определить место и способ продажи.
3. Что мотивирует людей покупать данный товар:
  - 1) Охарактеризовать потребительские свойства товара.
  - 2) Определить способ использования товара.

# источники информации

отчет о прибылях и убытках, Росстат  
журналы «Forbes», «Fortune»

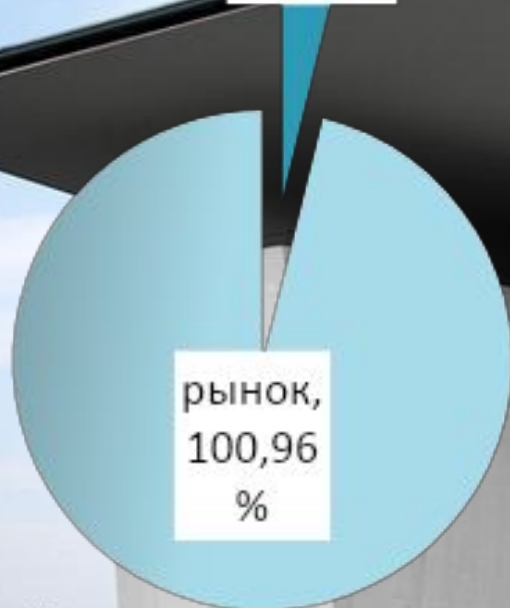
«Анализ рынка ювелирных изделий и  
часов класса «люкс» в России» / Рестко  
Холдинг

анкета



# портрет потребите

30 000  
челове  
к



рынок,  
100,96  
%

мужчина  
30 – 45 лет  
ведет активный образ жизни  
хорошо образован  
доход от 10 млн руб. в год

<b>демографическая</b>	мужчины и женщины от 30 до 45 лет возрастает число «деловых женщин»
<b>экономическая</b>	изменение курса рубля к доллару → возможное снижение оптовых цен на продукцию
<b>природная</b>	оказывает влияние природоохранное законодательство
<b>научно-техническая</b>	Piaget – «законодатель мод» в области ультратонких механизмов
<b>культурная</b>	потребитель приобретает статус или предмет ювелирного искусства
<b>политическая</b>	часовые изделия должны удовлетворять требованиям Постановления 232.119 от 23.12.71, что бы фирма могла поставить на них маркировку Swiss Made



# анализ макросреды





1964 год  
калибр 12P  
толщина 2,3 мм  
самый тонкий часовой  
механизм в мире

# анализ микросреды

<b>поставщики</b>	Newmont Mining Corporation США (золото), «Алроса» Россия (алмазы), TDC Швейцария (сталь)
<b>торговые посредники</b>	фирменные бутики Москва, «Нобель» Санкт-Петербург, «APC - Time Gallery» Ростов-на-Дону, «Золотое Время» Иркутск
<b>желания-конкуренты</b>	поездка на отдых, бытовая и цифровая техника, предметы мебели
<b>товарно-родовые</b>	брендовая одежда и аксессуары
<b>товарно-видовые</b>	часы с турбийоном, хронограф, карманные часы, часы с кварцевым механизмом, электронные часы
<b>контактные аудитории</b>	мужской журнал «GQ», женские журналы «Vogue» и «Elle»
<b>связи с общественностью</b>	драгоценные камни Piaget соответствуют стандартам Кимберлийского процесса Дом Piaget является членом Совета по

Является спонсором команды  
конного поло **Ellerstina**.



конкурирующие характеристики	Piaget Polo S	Audemars Piguet Royal Oak Selfwinding	Patek Philippe Nautilus	VACHERON CONSTANTIN Overseas
механизм	автомат	механика/автомат	автомат	механика/автомат
толщина, мм	9,4	9,8	8,3	11
диаметр, мм	42	41	40	41
водонепроницаемость, м	100	50	120	150
запас хода, ч	50	60	48	60
Особенности			браслет из платины	антимагнитная защита до 25 000 А/м
цена, руб	765 000	970 200	1 587 000	719 400



Patek Philippe Nautilus

Audemars Piguet  
Royal Oak  
Selfwinding



VACHERON  
CONSTANTIN  
Overseas

# ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА

Музыкант Мияви



Актер Райан Рейнолдс



Игрок в поло Малькомм Борвик

# Piaget Polo 1979







<b>вес металла</b>	133,50 г
<b>тип застежки</b>	раскладной замок
<b>форма корпуса</b>	круглая
<b>диаметр</b>	42 мм
<b>толщина</b>	9,4 мм
<b>отделка циферблата</b>	гильошированный узор
<b>водонепроницаемость</b>	100 м
<b>задняя крышка</b>	сапфировое стекло
<b>механизм 1110P</b>	механический с автоматическим заводом
<b>форма</b>	круглая
<b>технические характеристики</b>	запас хода около 50 часов диаметр 11,50 линии (25,58 мм) толщина механизма 4 мм количество деталей 180
<b>отделка</b>	круговой узор Côtes de Genève платина с жемчужным зернением
<b>цена</b>	765 000 руб

# механизм 1110 Р





PIAGET

SPORT / 100m

AUTOMATIC  
STAINLESS STEEL

PIAGET 110P



MANUFACTURE

P112

PIAGET

# ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

*Покупатель часов Piaget Polo S принадлежит к сегментам: житель крупного города, мужчина от 30 до 45 лет с доходом свыше 10 млн руб., любитель ненавязчивой роскоши, принадлежит к высшему среднему классу.*

*Какими качествами обладает покупатель Piaget Polo S: уверенность в себе, упорство, целеустремленность, принципиальность, верность себе.*

Так как новый товар направлен только на один сегмент, фирмой была выбрана *стратегия концентрированного маркетинга* и позиционирование себя рядом с такими конкурентами как VACHERON CONSTANTIN, Patek Philippe и т.д.

# товародвижение

ассортимент, с какими другими фирмами сотрудничает магазин (к примеру, если помимо продукции Piaget магазин предлагает продукцию Rolex или TAG Heuer, то он подойдет в качестве посредника; и не подойдет, если другой продукцией будет Apple Watch или Casio)

расположение магазина, в какой части города он находится (предпочтительным будет центр города).

какие магазины находятся по соседству (эти магазины также должны предлагать товары класса люкс, например бутики Louis Vuitton)



min 306 000 руб.

max 1 700 000 руб

задача – выход на новый рынок  
метод ориентации на конкуренцию.  
окончательная цена – 765 000 руб.

**ценовая  
политика**

# формирование спроса

- Выбрать посланника коллекции специально для российского рынка
- Выступить в качестве спонсора телевизионной игры «Что? Где? Когда?», ее участники – интеллектуальный элитарный Клуб «знатоков»
- Выступить в качестве спонсора на XI Открытом чемпионате России по конному поло.
- Провести печатную рекламную кампанию в таких журналах как, GQ, Men's Health, Esquire
- Организовать рекламу в местах активного элитного отдыха, например, на территории Горно-туристического центра ПАО «Газпром»
- Провести праздничное мероприятие по случаю выпуска новой коллекции

КО  
НК  
УР  
ЕН  
ТО  
СП  
ОС  
ОБ  
НО  
СТ  
Ь





# PIAGET

Audacity and Creativity since 1874

# PIAGET

Audacity and Creativity since 1874

