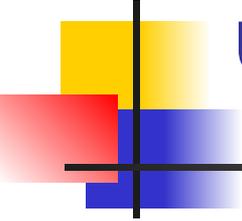


---

# Товарный ассортимент



# Что такое ассортимент

---

Товарный ассортимент – группа товаров удовлетворяющих одну и ту же потребность и тесно связанных между собой в силу схожести функциональных качеств.



## Характеристики товарного ассортимента

---

Ширина – количество ассортиментных групп

Глубина – количество товарных марок  
внутри ассортиментной группы

Насыщенность – количество товарных  
позиций внутри ассортиментных групп



# Номенклатура

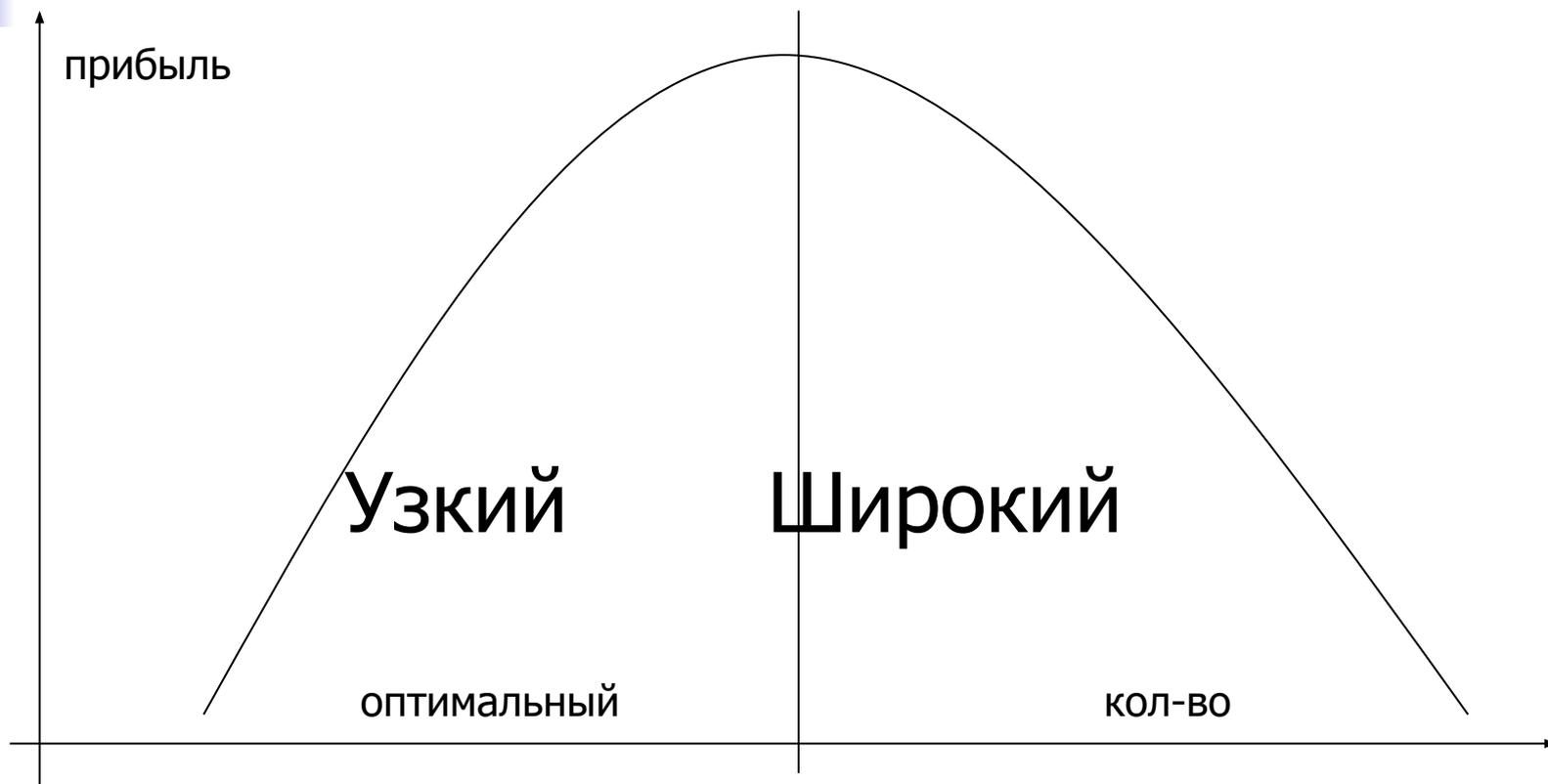
---

Товарная номенклатура – совокупность ассортиментных групп.

Гармоничная (специализированная) –  
чистящие средства и моющие  
средства

Негармоничная (универсальная) –  
автомобили и одежда

# Широкий и узкий ассортимент





# Новые товары

---

Подлинная  
новизна

Новые товары

Товары новые для рынка

Товары новые для фирмы

Новинки модификации



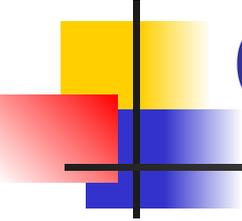
# Новинки для фирмы

| Виды стратегий          | Виды продукции                | Характер степени новизны                         |
|-------------------------|-------------------------------|--|
| Диверсификация          | Полностью новый / Франчайзинг | Новый рынок / Новая технология                   |
| Развитие рынка          | Изменение формы               | Новое применение                                 |
| Развитие продукта       | Линейное расширение           | Новые сегменты                                   |
| Маркетинговая экспансия | Модификация продукта          | Незначительные изменения товара не изменяя рынок |



# Новшества рынка

| Виды стратегий          | Виды новшеств        | Изменения                      |
|-------------------------|----------------------|--------------------------------|
| Прерывистые             | Новый класс продукта | ЭЛТ, ЖК ...                    |
| Динамично развивающиеся | Новая форма продукта | Изменяются важные предпочтения |
| Непрерывные             | Улучшенная модель    | Пентиум 1,2,3...               |
| Псевдо нововведения     | Новая торговая марка |                                |

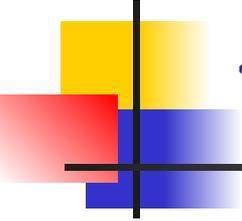


# Совмещение функций

---

Необходимо совместить функции  
нескольких разных продуктов

Туалетная бумага с рассказами

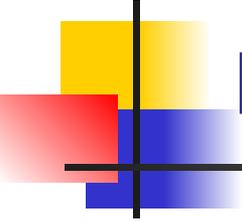


# «Парадокс»

---

Использование продукта в ситуациях  
которые кажутся невозможными для  
данного товара

Сигареты против курения

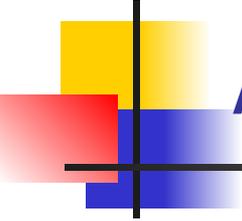


## Модернизация имеющегося продукта

---

Изменение функций продукта с целью  
повысить удобство его использования

Мусорное ведро-утилизатор

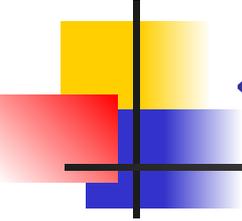


# Анализ функций - мобильность

---

Возможность передвижения объекта

Надувная мебель

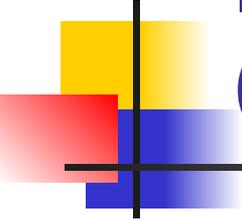


## «Идеальная функция»

---

Необходимо представить с помощью чего можно выполнить ту или иную функцию, или повысить удобство

Мячи для гольфа – NASA разработало радар для мячей

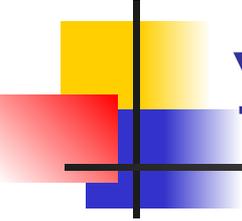


# Воздействие на организм человека (безопасность)

---

Необходимо проанализировать какие процессы отрицательно сказываются на здоровье человека

Контактные линзы с напылением от пыли /  
очки с защитой от излучения монитора  
Утюг Oliso – поднимается над вещью

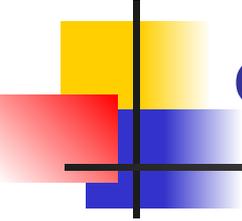


## Устойчивость к деформациям

---

Необходимо рассмотреть возможность сделать продукт сверхпрочным, водонепроницаемым и т.д.

«Не мнущаяся» ткань, телефоны водонепроницаемые и т.д.

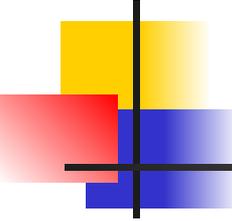


## Физический контакт и ассоциации

---

Дать пощупать, узнать какие ассоциации вызывает товар, либо сделать определенную упаковку

Водка «Смоленская – бархатная» обшита бархатом

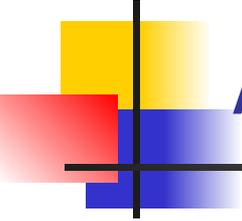


# Набор

---

Сделать из нескольких товаров целый набор, в котором они дополняют друг друга

Набор открыток с бумагой, конвертами с одной тематикой

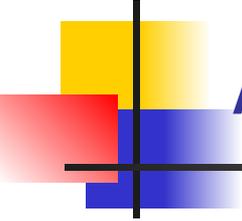


# Альтернативное состояние вещества

---

Попробовать различные физические  
состояния

Жидкое мыло, замороженный сок

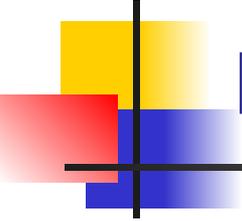


# Альтернативная возрастная группа

---

Сделать взрослый товар детским и  
наоборот

Джонсон и Джонсон

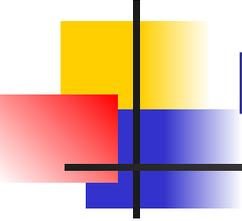


# Внутреннее пространство

---

Использовать внутренне полое  
пространство

Киндер сюрприз

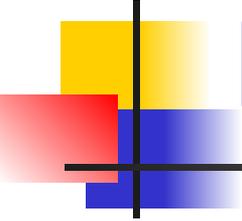


## Гендерный товар

---

Товар который был традиционно предназначен для одного пола, «превратить» в товар для другого

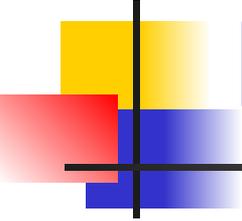
Женский галстук, украшения для мужчин



# Процесс адаптации к товару

---

реклама,  
осведомленность  
связи с общественностью

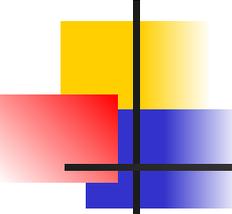


# Процесс адаптации к товару

---

реклама,  
**осведомленность**  
связи с общественностью

реклама,  
**интерес** общественностью,  
личные продажи



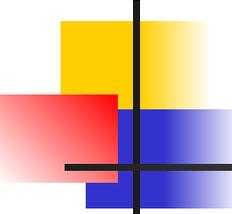
# Процесс адаптации к товару

---

реклама,  
**осведомленность**  
связи с общественностью

реклама,  
**интерес**  
связи с общественностью,  
личные продажи

**оценка**  
инд. Воздействие, друзья, Р,  
PR



# Процесс адаптации к товару

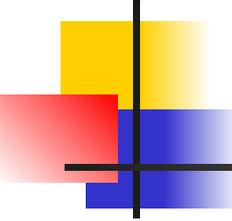
---

реклама,  
**осведомленность**  
связи с общественностью

реклама,  
**интерес**  
связи с общественностью,  
личные продажи

**оценка**  
дл. инд. Воздействие, друзья, Р,  
PR

**апробирование**  
воздействие



# Процесс адаптации к товару

---

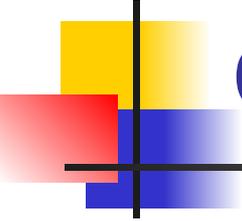
реклама,  
**осведомленность**  
связи с общественностью

реклама,  
**интерес**  
связи с общественностью,  
личные продажи

**оценка**  
ДП, инд. Воздействие, друзья, Р,  
PR

**апробирование**  
инд. воздействие

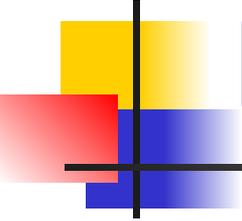
**адаптация**  
Реклама, PR



# Скорость адаптации к новинке

---

1. Относительное преимущество
2. Совместимость (совместима со стереотипами)
3. Сложность
4. Делимость (возможность пробного тестирования)
5. Риск
6. Коммуникабельность (наглядность)



# Неудачи

---

1. HDTV - всего 0,1% населения, среди абонентов НТВ + 30%
2. 3G – лицензия со сроком окупаемости до 2002, на самом деле только к 2010
3. WiFi – в РФ – 360 точек доступа, из них 180 в Москве (122 из них – кафе, рестораны)
4. I-Mode. Потери МТС около \$20 млн.
5. Motorola Samsung – твейджер, был вытеснен сразу же телефоном