Разработка маркетинговой стратегии на примере компании ООО «ЦАН - Мировая недвижимость»

Студент_____

_____

Руководитель_____

_____

Цель работы - разработка маркетинговой стратегии на примере компании ООО «ЦАН - Мировая недвижимость».

Объект исследования - деятельность компании ООО «ЦАН - Мировая недвижимость».

Предмет исследования маркетинговая стратегия компании ООО «ЦАН - Мировая недвижимость».

Задачи:

- рассмотреть теоретические основы разработки маркетинговой стратегии на предприятии
- определить методологические основы маркетинговой стратегии компании ООО «ЦАН - Мировая недвижимость»
- разработать стратегию маркетинга компании ООО «ЦАН - Мировая недвижимость»

Методы исследования: анализ, синтез, работа с отчетными документами компании.

Организационно-правовая характеристика, структура предприятия

Организационная структура агентства недвижимости

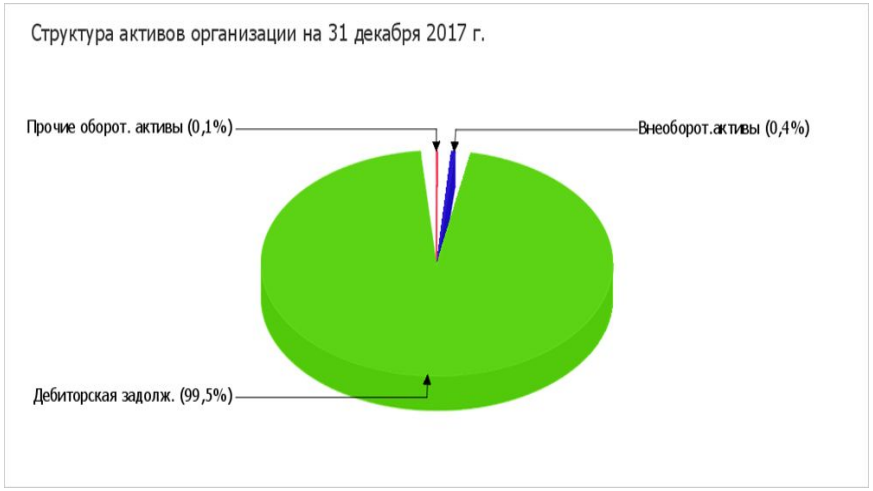
Основные виды деятельности ООО «ЦАН-Мировая недвижимость»

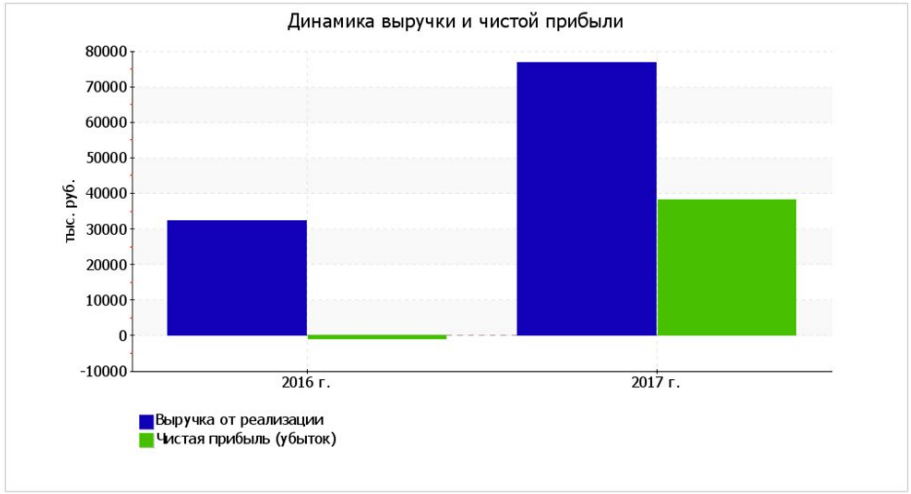
Проблемы организации:

1. плохая работа с CRM-системами.
2.недостаточная автоматизация процессов.
3.агентства не могут привлекать и удерживать лучших специалистов.
4.неоплата арендаторами аренду собственных помещений компании.

Для решения этих проблем необходимо:

- ввести систему лимитирования для контроля за максимальной просрочкой по аренде помещений ООО «ЦАН-Мировая недвижимость».
- переоформление договоров с контрагентами
- обеспечить более эффективное управление дебиторской задолженностью, ее страхование
- срочно обеспечить формирование резервных фондов для покрытия непредвиденных расходов, вызванных кризисным состоянием компании.

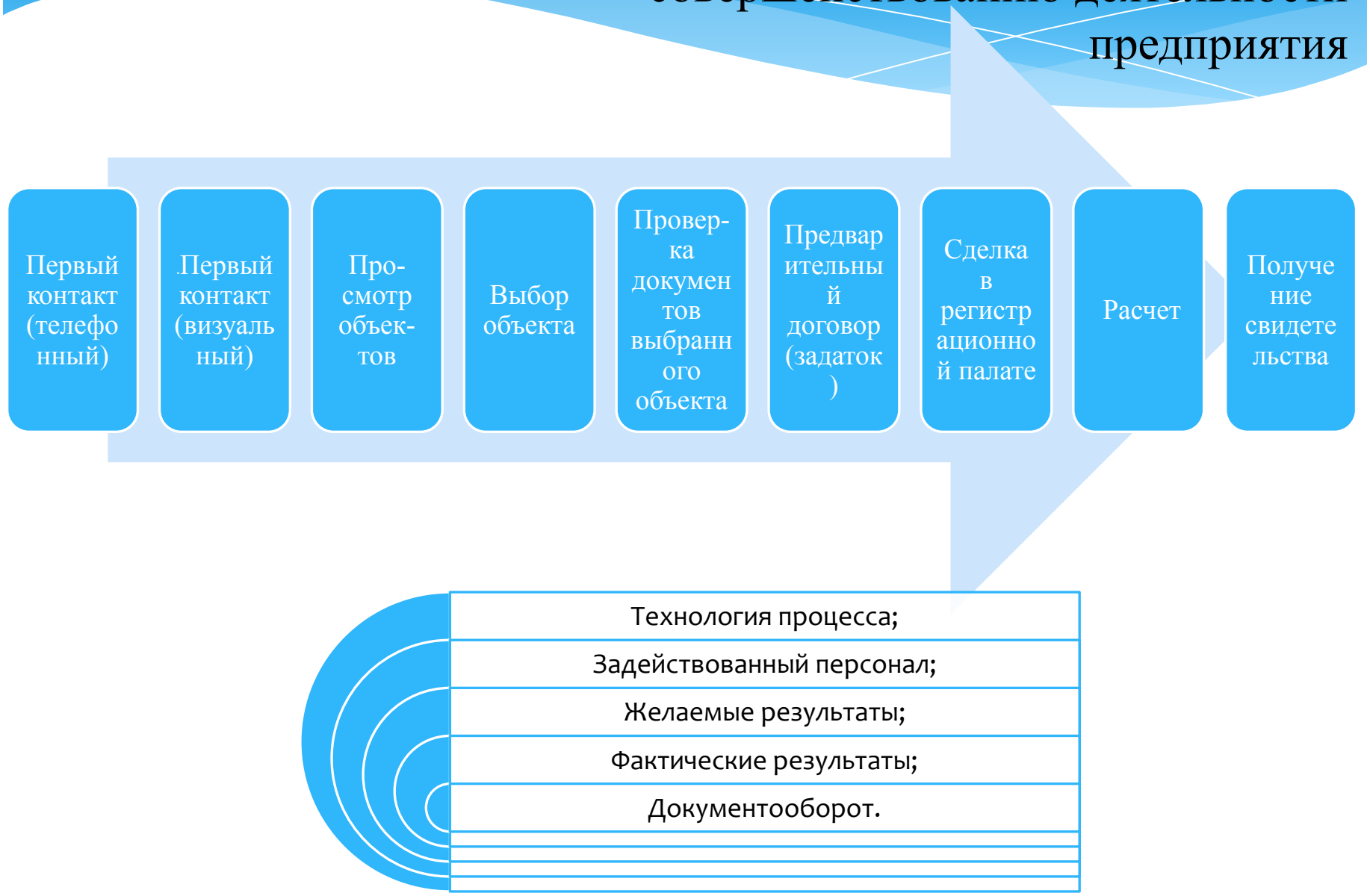




Формирование стратегии маркетинга на предприятии

- Отзывчивый (мобильный) Веб-дизайн
- Сохранение контакта с местным рынком
- Создание проспекта электронной почты и списка покупателей
- Поощрение отзывов клиентов на сайтах недвижимости с высоким трафиком
- Использование больших привлекательных фотографий обложки
- Вопросы ответов на Форумы по недвижимости.

Экономическое обоснование мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия



Финансовые показатели деятельности ООО «ЦАН - Мировая недвижимость», тыс.руб

	2015	2016	2017
Выручка	20217	21 279	22 150
Себестоимость продаж	18214	20 214	22 067
Валовая прибыль (убыток)	2000	1 065	83
Коммерческие расходы	259	259	14
Управленческие расходы	66	66	5
Прибыль (убыток) от продаж	685	740	64

Зависимость между количеством проведенных сделок и затратами на их осуществление

Показатель	Параметры				
затраты на сделку, %	100	71	50	39	21
количество сделок, шт.	4	8	12	16	20

Краткая схема, внедрения двухшаговых продаж в агентство недвижимости:

анализ для определения проблемы, которой более всего озабочены клиенты.
2. составление специального отчета (мини-книги, брошюры), описывающего решение данной проблемы.

активная реклама пособия там, где уже знают о вашем агентстве недвижимости или предлагаемых объектах.

отправка отчета тем, кто его запросил, и сбор контактной информации о клиентах.

целенаправленная работа с этой аудиторией и продвижение своих услуг.

Затраты на создание базы данных ООО «ЦАН - Мировая недвижимость»

Наименование затрат	Сумма, тыс. руб.
1. Подготовка информационной базы	15,0
2. Создание архитектоники и программного обеспечения силами ООО «ИСА-Сервис»	36,0
3. Ежемесячное обновление информационной базы	2,0*12 = 24,0
4. Всего затрат	75,0

Структура затрат при оптимизации управления финансовыми ресурсами

Статья затрат	Сумма затрат, тыс.руб
Страховой взнос	45*12 мес = 540
Затраты на создание базы данных	75
Итого	615

Прогнозные показатели производственно-финансовой деятельности ООО «ЦАН - Мировая недвижимость» в 2018 году

Показатели	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Рост (снижение), %
1. Выручка от реализации услуг, тыс. руб.	22067	178894,8	+8106,8%
2.Себестоимость оказанных услуг, тыс. руб.	21297	21297	-
3. Затраты на 1 руб. оказанных услуг, руб. /руб. (стр. 2/ стр. 1)	0,96	0,11	-89%
4. Валовая прибыль, тыс. руб. (стр. 1 - стр. 2)	83	157597,8	+189817
5. Рентабельность продаж, % (стр. 4/ стр. 1)*100%	0,37	88,09	+23808

Спасибо за внимание!