



Выход на рынок Белоруссии бренда «МОСКВИЧ»

Маркус Игорь



Содержание

- ▶ О бренде;
- ▶ Новый рынок;
- ▶ Стратегия;
- ▶ Реализация.

МОСКВИЧ - ЧТО ЭТО ЗА
бренд?

Москвич

АО «Московский автомобильный завод „Москвич“» — советский и российский авто
мобильный завод. Предприятие выпускает автомобили «Москвич». Ранее выпускало автомобили марок «КИМ», «Renault», «Nissan» (только Nissan Terrano). В разные годы носил названия.





Партнеры

Яндекс такси
Яндекс драйв;
ГИБДД РФ.



Оценка международной среды проекта

Экономическая среда:

- ▶ Снижение покупательской способности;
- ▶ Розничная торговля – перспективное направление.

Политически-правовая среда:

- ▶ Поддержка производства электрокаров;
- ▶ Высокие требования к качеству продукции.

Культурная среда:

- ▶ Возможность демонстрации уникальности;
- ▶ Главная ценность – человек.



Конкурентные преимущества

- ▶ Возможность приобретения автомобиля как с двигателем внутреннего сгорания, так и на электрической тяге;
- ▶ Возможность кастомизации авто. Есть большое количество цветовых решений, отделок интерьера и экстерьера;
- ▶ Цена.



Целевая аудитория

- люди, которые проживают в Белоруссии, имеют средний уровень дохода, но желающие прикоснуться к высоким технологиям автомобилестроения;
- государственные органы, которым нужны автомобили для службы;
- сервисы, которые осуществляют доставку или мелкие перевозки.



Стратегии продвижения

Маркетинговые активности для международного исследования:

- ▶ Анализ рынка автомобилей РФ;
- ▶ Анализ конкурентов;
- ▶ Изучение предпочтений потребителей в Белоруссии;
- ▶ SWOT анализ;
- ▶ PEST анализ.

4P

- ▶ P – place официальные дилеры Москвич в Белоруссии
- ▶ P – product – яркий городской кроссовер для всей семьи
- ▶ P – price от 2 000 000 за бензиновую версию и от 3 500 000 за электрическую версию
- ▶ P – promotion предоставление авто для тест драйвов известным блогерам, заметки в авто журналах, реклама по телевидению

Перспективные направления проекта

- ▶ Старт продаж в онлайн среде
- ▶ Установление доверительных отношений
- ▶ Расширение производства
- ▶ Предоставление автомобилей благотворительным фондам

Проблемы проекта

- ▶ Несоответствие требованиям стандартов качества, установленных государством;
- ▶ Транспортировка и разтаможка товара;
- ▶ Проблемы с запасными частями.



Дополнительные условия реализации

- ▶ Установка необходимого оборудования для соответствия стандартам качества, установленных государством Белоруссии;
- ▶ Необходимость популяризации бренда москвича и повышения уровня доверия у потенциальных потребителей;
- ▶ Проведение с Белорусскими крупными автосалонами возможность выставлять автомобили;
- ▶ Регистрация торговой марки;
- ▶ Оценка эффективности проекта (количество проданной продукции)

Реализация проекта

Реализация проекта

- ▶ Цель – продать не менее 1000 автомобилей москвич за 1 год функционирования на новом рынке;
- ▶ Сроки – с начала 1 по конец 4 квартала 2024 года
- ▶ Результат проекта – повышение прибыли, приносимая компании москвич за пределами страны

Жизненный цикл

- ▶ Определение;
- ▶ Планирование;
- ▶ Выполнение;
- ▶ Завершение.

Зоны ответственности

- ▶ Контроль за исполнением всех поручений
- ▶ Анализ бренда и конкурентов
- ▶ Построение маркетинговой стратегии

ИСТОЧНИКИ

- ▶ <https://dzen.ru/a/Y35Mm-sa0T5PhxIB>
- ▶ <https://moskvich-auto.ru/models/moskvich-3e>
- ▶ <https://auto.ru/cars/moskvich/3e/23427905/all/?cookiesync=true>
- ▶ <https://autoreview.ru/news/elektricheskiy-moskvich-3e-harakteristiki-i-cena>
- ▶ <https://www.autonews.ru/news/63c9706e9a7947b47c305696>

Спасибо за внимание!