

Wstęp

- *Nasza oferta obejmuje wszystkie rodzaje ubrań - począwszy od koszulek z krótkim i długim rękawem, poprzez spodenki nogawki, rękawki, koszulki, treningowe, polo, pilki I dodatki, buty sportowe do biegania , kurtki itp.*
- *W ramach oferty podstawowej ,sklep również zajmuje się sprzedażą artykułów z zakresu piłki nożnej.*

SWOT

S-sily

- Profesjonalna usługa.
- Markowa odzież po niskich cenach.
- Wysoka jakość produktów.
- Szybka dostawa.

W-słabości

- **Możliwość** pojawienia się konkurencji.
- **Mala możliwość** pozyskania kredytów.
- **Niewielki obrot**, na początku.
- **Niewielkie doświadczenie**.

O-szanse

- Wzrost zainteresowania ludności sportem oraz internetem.
- Wzrost popularności odzieży sportowej.

T-zagrożenia

- **Zubożenie** ludności.
- **Bezrobocie**.
- **Aktywizacja** konkurencyjnej firmy.
- **Pojawienie się** nowych firm konkurencyjnych.

DZA19

ludzi ktore zajmują się sportem , potrzebują odzież dla sportu.

Zakupicz ten towar można:

- W sklepie.
- W internecie.

Średnia cena na odzież jest taka:300zl.

Wiek	20-45
Ranking dochodów	3
Miejsce	Na terenach całej Polscy.

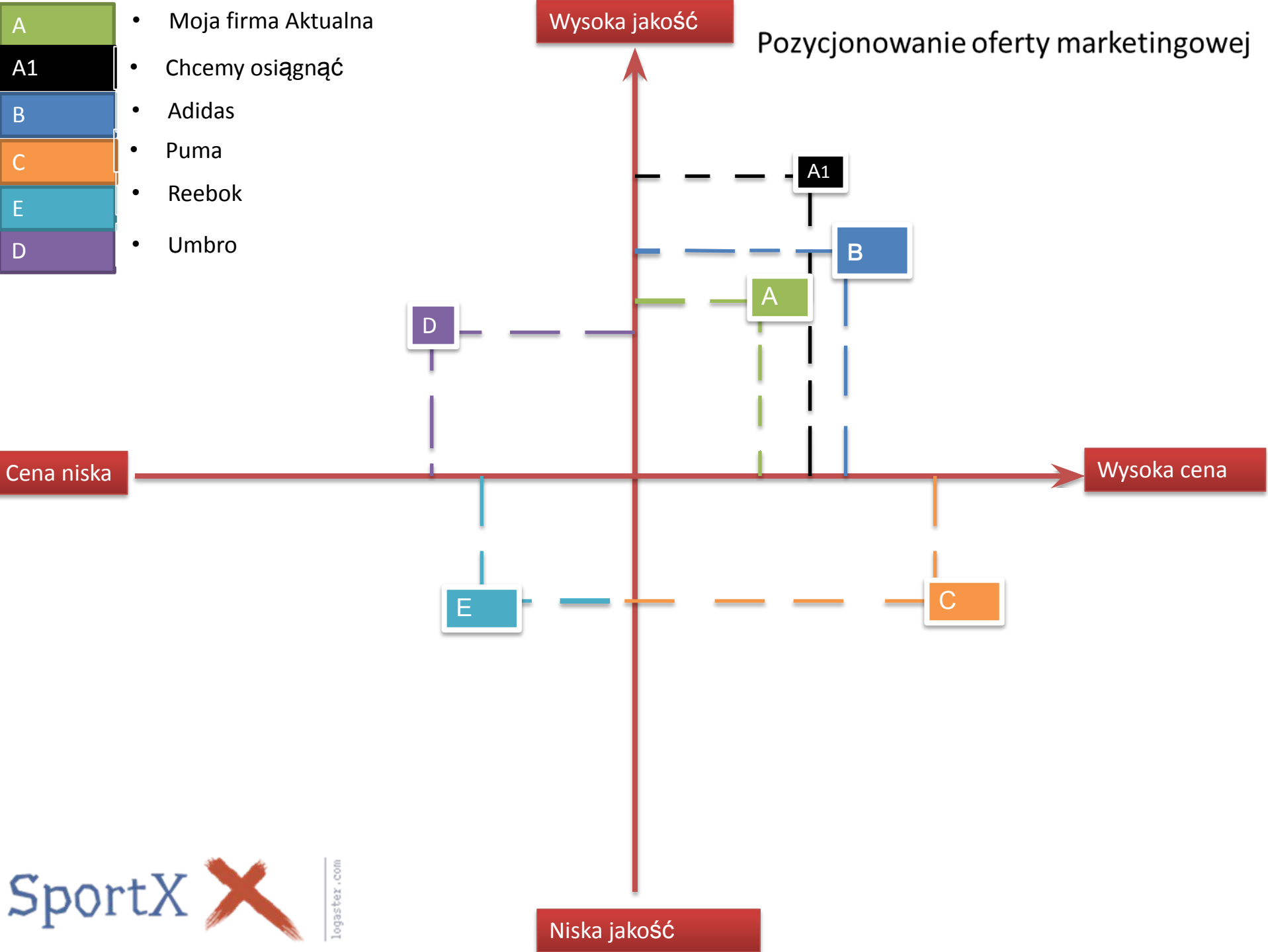
Cele strategii marketingowej

Sprzedazowe:

- Zwiększenie napływu zamówień.
- Wprowadzenie nowego produktu na rynek i osiągnięcie wpływu ze sprzedaży.
- Wzrost udziału w rynku.
- Zwiększyć liczbę produkowanej produkcji.

Wizerunkowe:

- Wzrost zadowolenia.
- Zainteresować klientów .
- podtrzymywanie dobrych relacji z dziennikarzami



- A** • Moja firma
- A1** • Chcemy osiągnąć
- B** • Adidas
- C** • Puma
- D** • Reebok
- E** • Umbro

Wysoki wygląd

Pozycjonowanie oferty marketingowej

Kożysc do nadawcy niska

KożyśĆ do nadawcy wysoka

Niski wygląd

E

A

A1

B

C

D

- A • Moja firma
- A1 • Chcemy osiągnąć Adidas
- B • Adidas
- C • Puma
- D • Reebok
- E • Umbro

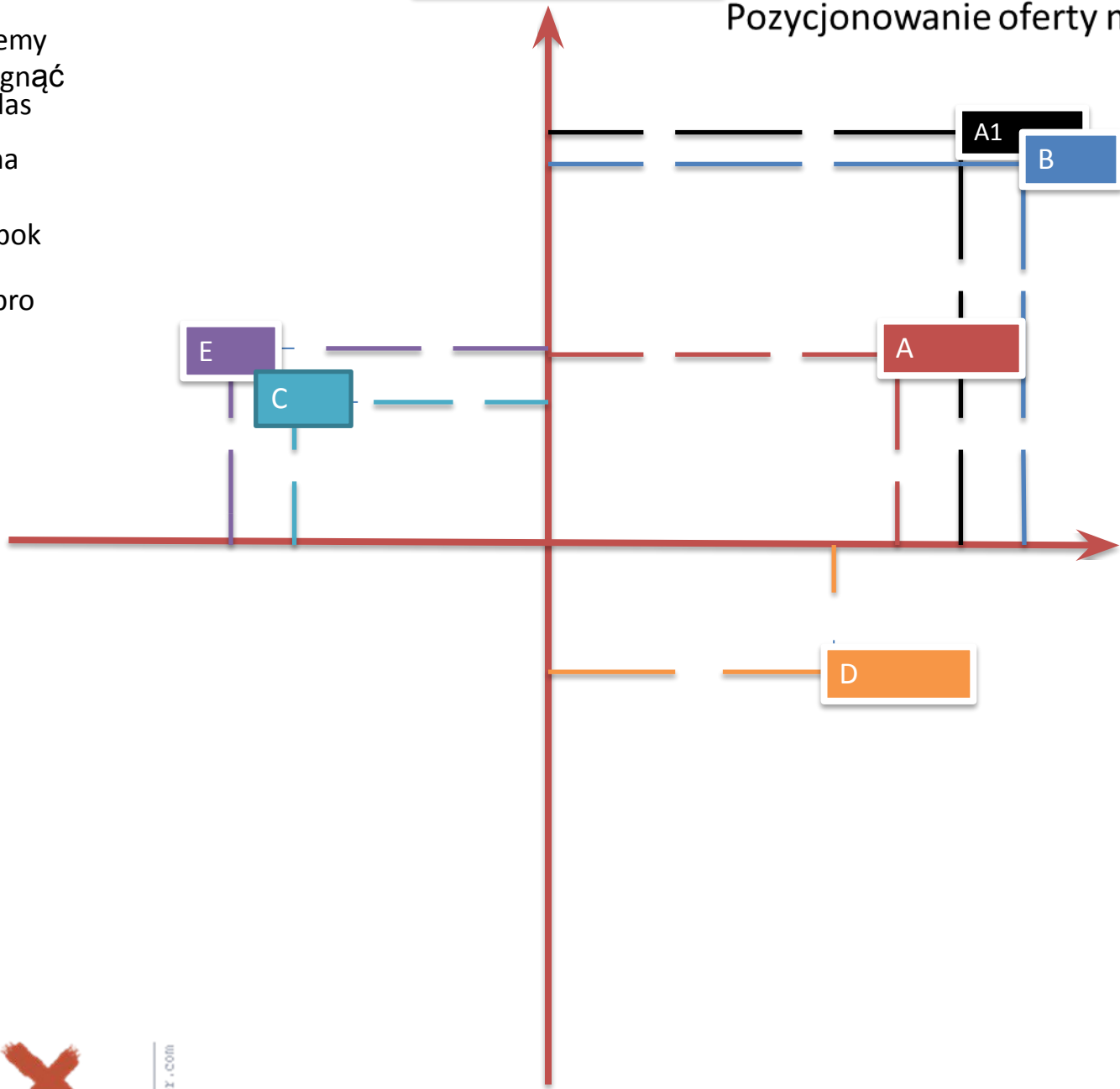
Komfort wysoki

Pozycjonowanie oferty marketingowej

Marka niska

Marka wysoka

Komfort niski



Formułowanie strategii marketingowej

- Rodzaj produktu (ze względu na różne kryteria)-Materialny,konsumpcyjny.
- Sposób nabywania produktu-Wybieralny,impulsywny.
- Sfery produktu-

Rdzeń produktu: potrzeba bezpieczeństwa

Produkt podstawowy:niska cena,dobra jakosc,dobry wydlad.

Produkt rozszerzony:

- Faza cyklu życia produktu i jej właściwości: Faza wprowadzenia(produkt nowy)
- Charakterystyka produktu:

Cechy	Funkcje	Korzyści
Dobry wygląd,Jakość.	Dla ludzi kturą zajmuje sie sportem. Ludzi, którzy lubią nosić odzież sportową	Comfort.

Strategia markowania

Strategia - rodzimych

Zalety

- Można wprowadzić nowe produkty.
- Nowa marka, nowy produkt na rynku.
- Dostępny dla wszystkich.

Wady

- Mały potencjał rynku.
- Na początku mało kupujących.
- Porażka jednego produktu doprowadzi do spadku wszystkich produktów marki.

Asortyment

Szorty, spodenki, koszulki, spodnie funkcyjne, treningowe, buty sportowe do biegania, skarpetki sportowe, czapka, biustnosz sportowy, bluzy treningowe, polo, pilki i dodatki, bluzy wyjsiowe, skarpetogetry.



Kurka do biegania
39⁹⁹

damskie
męskie

WODNIODOPRAWY
WYDŁUGOWANE
BIONIC FINISH-ECO

Damska bluza sportowa
32⁹⁹

Damski top funkcyjny
17⁹⁹



crivit DO BIEGU

BUTY DO BIEGANIA

HITCENOWY 59.-

ODPOCHŁANIA CIEPŁY TRAKCJONNY MESH
DOSKONALE AMORTYZOWANE CIEPŁY PODPODŁOŻKOWE EVA
SAPFIRNIA KOMFORT BIEGU CIEPŁY PROFILOWANEJ ANTYPODŁOŻKOWEJ PODSZEWIE TPE Z "TRACJON CONTROL" I "GRIP MOTION"

Scotchlite[®] Reflective Material



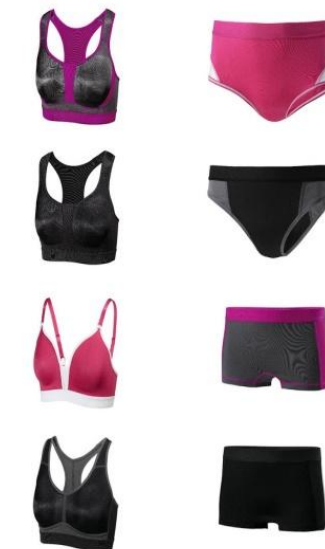
crivit DO BIEGU

HITCENOWY 22.-

Koszulka sportowa

damskie
męskie

TOPFOOD[®] - to koszyki włókienne polimerowe, regulujące odpowiednio wilgotność, odprowadzające ciepło i pozostawiają skórę suchą



Biustonosz sportowy
24⁹⁹

ODPOCHŁANIA CIEPŁY TRAKCJONNY MESH
2 SZYBKO WODNIODOPRAWIAJĄCA PODSZEWKA
ODPOCHŁANIA CIEPŁY TRAKCJONNY MESH
SIECIOWANIE

Majtki sportowe 2 szt.
19⁹⁹

HIGH LEVEL
MEDIUM LEVEL



PIŁKI I DODATKI



SPODENKI



KOSZULKI



SKARPETOGETRY



SPODENKI



SPODNIĘ TRENINGOWE



KOSZULKA KR. RĘKAW



KOSZULKA DŁ. RĘKAW



BLUZY TRENINGOWE

Strategie ceny

Metoda kosztowa

- Cena jest wynikiem kosztów ponoszonych na wytworzenie jednostki wyrobu i doliczenie określonej wielkości narzutu zysku.

- Szorty-54
- Spodenki-~20
- Koszulki-~24zł
- Spodnie funkcyjne,treningowe-~200
- Buty sportowe do biegania- ~59zł
- Skarpetki sportowe-~15
- Czapka-~15
- Biustnosz sportowy-~25zł
- Bluzy treningowe-~150
- Polo-~50
- Pilki i dodatki-`300
- Bluzy wyjściowe-~190
- Skarpetogetry-~40
- Kurtki-~150zł



Strategia penetracji rynku

- Średnia cena
- Strategia Średnich zysków
- Strategia zainteresowania na rynku, potencjalnych nabywców.
- Strategia przyspieszenia tempa penetracji rynku

Strategia dystrydukcji

- Dystrybucja bezpośrednia, ekskluzywna.
- Klient kupuje produkt w sklepie, internecie.
- Użyteczność:

Czasu	Sklepy pracują każdego dnia.
Miejsca	Produkt można kupić w każdej chwili w internecie, w miejscu gdzie znajdują się sklepy (informacje w internecie na temat lokalizacji)
Formy	Odzież w różnych kolorach, odzież ma ładny wygląd i jest dobrej jakości
Posiadania	Marka dobrej jakości

Strategia Komunikacji