



# **ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ОРГАНИЗАЦИИ (на примере ландшафтной фирмы «Кипарис»)**

Выполнила: ст. гр. ЛС-412  
Рычевская Светлана

Волгоград, 2016 г.

**Актуальность работы** обусловлена необходимостью проведения маркетинговых исследований, анализа маркетинговой среды и поведения потребителей ландшафтного строительства, как нормативной базы регулирования экономических отношений. Правильное применение маркетинговых знаний позволяет повысить производительность и укрепить стабильность развития любого бизнеса и организации.

### **Задачи:**

- 1. Определить общие положения предлагаемого проекта по организации деятельности ландшафтной фирмы.
- 2. Проанализировать основное положение дел в отрасли (на рынке).
- 3. Определить перспективы продвижения основных товаров в аспекте SWOT- анализа организации.
- 4. Определить сущность предлагаемого проекта маркетинговых мероприятий.
- 5. Определить финансовый план маркетинговых мероприятий компании.

В рамках проекта маркетинговых мероприятий рассматривается деятельность ландшафтной фирмы. На рынке ландшафтных и фитодизайнерских услуг в Волгограде «КипариС», единственная фирма, которая создает вертикальные сады, фитостены, живые картины, вертикальные огороды на модулях редкого полива с минимальными затратами на уход. ИП КипариС является членом сообщества «Вертикальные сады и аптекарские огороды».

Предприятие работает в отрасли «Дизайн ландшафта» на территории Волгоградской области в г. Волгоград по адресу ул. Кузнецкая, 132а, 400054. Основана в 2009 году. Учредителем компании является Танюшина Валерия Владимировна.

Мастерская работает с понедельника по субботу с 8:00-23:00, в воскресенье с 10:00-18:00.

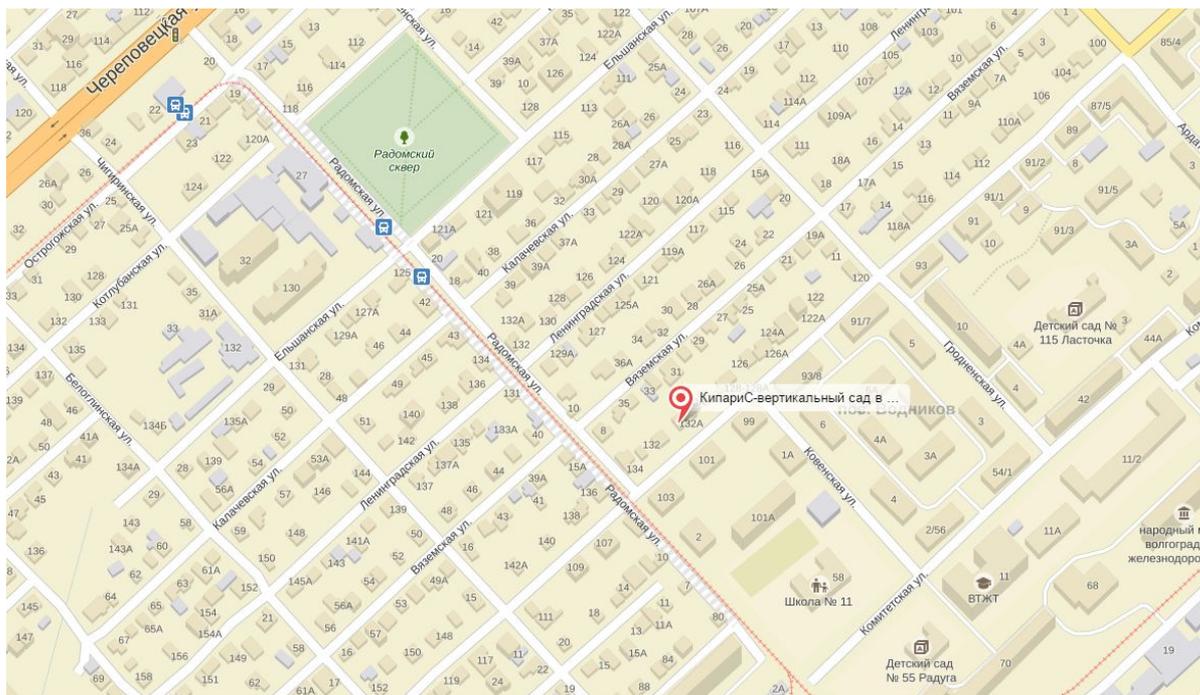


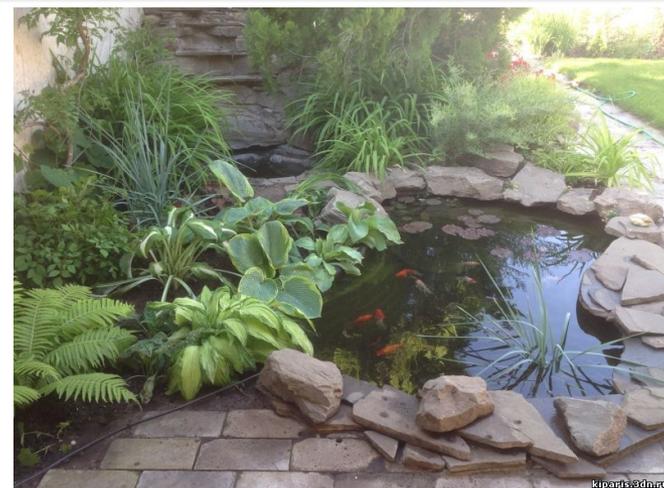
Рис.1 Схема расположения фирмы «КипариС»

## Деятельность компании:

- Ландшафтный дизайн, озеленение городских территорий. Фитодизайн, вертикальные сады, фитостены: улиц, площадей, скверов, дворовых территорий, парков культуры и отдыха, ресторанов, торговых комплексов, отелей, гостиниц, банков.
- Ландшафтный дизайн, озеленение загородных территорий. Фитодизайн, вертикальные сады, фитостены: дачного участка (дачи), садового участка (сада), загородного дома, усадьбы, коттеджа, коттеджного поселка, загородного отеля, пансионата, дома отдыха.
- Ландшафтный дизайн, озеленение территории образовательных учреждений. Фитодизайн, вертикальные сады, фитостены: детского сада, школы, колледжа, университета, лицея, гимназии.
- Ландшафтный дизайн, озеленение территории медицинских учреждений. Фитодизайн, вертикальные сады, фитостены: поликлиники, госпиталя, санатория, лечебных учреждений, медицинских центров.
- Предоставление услуг по закладке и содержанию декоративных садов и парков отдыха и развлечений, зеленых насаждений на спортивных площадках, кладбищах и т.п. - предоставление услуг по обрезке деревьев и живых изгородей.

## Дополнительные виды деятельности:

- Розничная торговля. Осуществляемая через телемагазины и компьютерные сети (электронная торговля, включая Интернет).



- ДИРЕКТОР
- МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДАЖАМ
  
- ГЛАВНЫЙ ИНЖЕНЕР
- ИНЖЕНЕР
  
- ФЛОРИСТ
  
- МЕНЕДЖЕР ПО ЗАКУПКАМ
  
- ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР

Рис.2 Организационная структура фирмы  
«КипариС»

# АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ НА РЫНКЕ (В ОТРАСЛИ)

Таблица .1 Конкуренты

№	Наименование фирмы	Адрес	Логотип	Специализация деятельности	Преимущества	Недостатки
1	ИП «Лафасад»	ул. Качуевской, 56	нет	Вертикальное озеленение офисов, квартир, салонов, кафе и т.п.	Быстрый результат Грамотный подбор ассортимента Цена	Узкий спектр работ (только закрытое пространство) Маленький персонал Отсутствие Web-сайта
2	ИП Ахтырский В. А.	улица Полоненко, 4	нет	Услуги по благоустройству территорий, ландшафтному дизайну, озеленению, строительству, устройству искусственных прудов и водоемов Продажа природного и натурального камня	Основные специалисты со стажем 10 лет Работа с гарантией и обслуживанием в срок Качество	Маленький персонал Отсутствие постоянных поставщиков
3	«Семицвет»	ул. Моздокская, 9	нет	Озеленение Благоустройство Покрытие газоном Вертикальное озеленение	Вежливый персонал Большое количество предлагаемых вариантов плана Качественный материал	Высокие цены Иногда сдача происходит не в срок Отсутствие Web-сайт

Таблица. 2 Анализ конкурентов

№	Критерии	«КипариС»	«Лафасад»	«ИП Ахтырский В.А.»	«Семицвет»
1	Цена	2	3	2	1
2	Качество услуг	3	3	2	2
3	Качество материала	3	3	3	2
4	Сроки сдачи проектов	3	2	3	1
5	Репутация	3	3	2	2
6	Квалификация персонала	3	2	3	2
7	Система скидок и акция	2	2	1	3
8	Наличие сопутствующих услуг	3	2	3	2
9	<b>Итог</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>15</b>

**Критерии:**

0 - услуга отсутствует

1 - предоставление услуги удовлетворительно

2 - предоставление услуги хорошее

3 - предоставление услуги на высшем уровне

По результатам таблицы лидером рынка по предоставлению услуг вертикального озеленения в городе является фирма «КипариС», которая предоставляет большой спектр качественных услуг на рынке дизайна. Не отстает и в своем преимуществе фирма «Лафасад» набравшая 20 баллов. Последнее место среди четырех фирм заняла фирма «Семицвет», которая не может конкурировать с другими фирмами и имеет достаточно большие недостатки в

# ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ОСНОВНЫХ ТОВАРОВ В АСПЕКТЕ SWOT-АНАЛИЗА ОРГАНИЗАЦИИ

Цель SWOT-анализа заключается в определении всех сильных и слабых сторон организации по отношению к ее конкурентам, а также в выделении внешних факторов, оказывающих воздействие на ее деятельность.

Простейшая форма представления результатов анализа перечисляются сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.

Правильно проведенный SWOT-анализ дает организации первое представление об отличительных сферах компетенции и конкурентном преимуществе над конкурентами, потребностях покупателей (в определенной степени ограниченной внутренними взглядами работников), позиционировании конкурентов, о будущей основе конкуренции для принятия стратегических решений, соответствии между состоянием компании и заявленными корпоративными целями, а также о более очевидных фактах, касающихся рыночных возможностей и угроз, сил и слабостей фирмы.

## Сильные стороны (S)

№	Критерий	Показатель	Необходимые действия
1	Высококвалифицированный персонал	100% работников имеют высшее профессиональное образование	Принимать работников только с высшим образованием
2	Новейшее оборудование	100% оснащены современным оборудованием	Покупать новое оборудование, для качественного выполнения заказа
3	Узнаваемый бренд	Привлекающий внимание	Простой, информативный и доступный
4	Доступные цены на товары и услуги	Доступные цены по сравнению с конкурентами	Поддержание доступного уровня цен
5	Высокая квалификация руководства фирмы	Грамотное руководство фирмой и правильно поставленные цели обеспечивают стабильное положение на рынке	Принимать участие в семинарах, мастер-классах и т.п. по повышению квалификации
6	Удобство приобретения	Интернет-магазин	Поддержание или усовершенствование использования

## Слабые стороны (W)

№	Критерий	Показатель	Необходимые действия
1	Сезонный характер поступления денежных средств	Спрос на услуги по сезонам нестабилен	В малоприбыльный сезон устраивать акции, скидки
2	Ограниченные финансовые ресурсы	Нестабильность фирмы с финансами	Следует выявить альтернативные источники финансирования (внутренние источники, привлеченные средства, заемные средства и комбинированное финансирование)
3	Себестоимость продукции	На 10 % выше, чем у конкурентов	Необходимо позиционировать товар относительно товаров-конкурентов как продукт высокого качества, а более высокую цену - как гарантию качества
4	Слабая маркетинговая политика	Спад спроса на фирму	Повышение качества, ввод новых идей, доступность

## Возможности (О)

## Угрозы (Т)

№	Критерий	Показатель	Необходимые действия
1	Сервис	Улучшение сервиса и сокращение времени на обслуживание	Увеличение квалифицированного персонала
2	Увеличение выбора предоставляемых услуг	Расширение рынка	Значительные инвестиции
3	Обучение	Постоянное повышение квалификации персонала позволит получить преимущества перед другими конкурентами	Повышение квалификации персонала
4	Появление новых технологий	Увеличение количества услуг, уменьшение сроков выполнения	Финансирование

№	Критерий	Показатель	Необходимые действия
1	Высокая конкуренция	Уменьшение доходов, потеря клиентов, убытки	Качество услуг, доступность услуг, ассортимент услуг
2	Статус фирмы	Потеря узнаваемости среди будущих клиентов	Проведение маркетинговых мероприятий
4	Резкое сокращение спроса	Изменение вкусов и предпочтений потребителей	Анализ предпочтений клиентов, расширение услуг

# СУЩНОСТЬ ПРЕДЛАГАЕМОГО ПРОЕКТА МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Процедура разработки плана маркетинга предприятия представляет собой поэтапную технологию и состоит из следующих этапов:

**Этап 1.** Первоначальную информацию для построения плана деятельности на рынке можно почерпнуть из анализа фактической деятельности предприятия. Данную работу проводит служба маркетинга.

**Этап 2.** Для формирования стратегических установок, в том числе для установления рыночных целей, несомненно, будет полезна информация о тенденциях продаж предприятия, на каких сегментах рынка предприятие уже присутствует, а какие еще не охвачены и т.д. Работы по целеполаганию проводятся на коллективном совещании руководства предприятия.

**Этап 3.** На совещании-семинаре генерируется список стратегических и тактических мероприятий для достижения поставленных целей.

**Этап 4.** Финансовым отделом разрабатывается Проект финансового плана предприятия и бюджеты для подразделений и служб.

**Этап 5.** Проводится оценка затрат.

**Этап 6.** В последних двух случаях требуется дополнительное согласование бюджета мероприятий плана маркетинга.

**Этап 7.** Исходя из разработанной стратегии, необходимо сформировать ориентированную на потребителя структуру управления предприятием.

**Этап 8.** Результатом предыдущих этапов будет пакет мероприятий. Далее необходимо назначить ответственных (с учетом усовершенствованной структуры управления и личностных качеств сотрудников) за реализацию мероприятий принятого плана, а также за сроки их выполнения.

**Этап 9.** Реализация намеченного плана маркетинга.

# В нашем случае предлагается два мероприятия по продвижению фирмы «КипариС», улучшение web-сайта, реклама в интернете и наружная реклама с использованием рекламных щитов – билбордов.



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Расчетный объем предоставления ландшафтных услуг – 10-12 объектов в год. Средняя стоимость проектирования и строительства объекта – 200000 руб.

Также доход фирмы составляют не только проекты, но и продажа древесно-кустарниковой растительности, газона, кашпо и контейнеров, модулей для вертикального озеленения, удобрений и декоративного камня.

- Рулонный газон – 160 руб. за кв. м
- Модули – 3000-7000 руб.
- Декоративный камень – от 400 рублей за 20 кг.

Так же, бригаду рабочих оплачивает заказчик отдельно от проекта, фирма сотрудничает.

Средняя выручка фирмы за год – 3 млн. рублей.



## Административные и общие расходы в расчете на год

№ п/п	Статья расходов	Сумма (тыс.руб.).
1.	Зарботная плата административного и обслуживающего персонала	1915
2.	Налог на фонд заработной платы	230
3.	Канцелярские расходы	50
4.	Плата за телефон, телефакс, интернет	8
5.	Арендная плата (в том числе коммунальные платежи)	200
6.	Расходы на рекламу и маркетинг	195
	<b>ИТОГО</b>	<b>2598</b>

Таким образом, общая сумма постоянных расходов составляет 2.598.000 руб. в год; выручка – 3.000.000 руб. Чистый доход составляет 402000 в год.



# Расходы на рекламу и маркетинг.

Стоимость улучшения и раскрутки Интернет сайта

Стоимость баннерной

Вид создаваемого сайта	Цена, руб.
Сайт-визитка	3 000-5 000
Сайт-стандарт (представительство)	10 000-20 000
Сайт - Бизнес (Магазин)	15 000-30 000
Интернет-портал	40 000-80 000

рекламы	Стоимость 1000
количества	показов
плановых показов	
20-50 тыс. показов	50-100 руб.
50-100 тыс. показов	30-70 руб.
Свыше 100 тыс. показов	25-50 руб.

Предполагается разместить 200 тыс. показов баннерной рекламы, общая стоимость показов, таким образом, составит 10 000 руб. (исходя из стоимости 1000 показов – 50 руб). Стоимость создания щита – 30 000 руб. (сюда включается разработка рекламы, его обновление в течение года (четыре обновления), и печать, стоимость аренды 10 000 в месяц.



## Планируемые мероприятия программы продвижения продукта

№ п/п	Наименование мероприятий	Стоимость, (руб.)
1	Создание интернет-сайта	10 000
2	Размещение баннерной рекламы	10 000
3	Использование наружной рекламы - билборды	175 000
<b>Итого:</b>		<b>195 000</b>

С использованием выше перечисленных маркетинговых мероприятий, выручка фирмы увеличится на 10% (300 000 руб.), что составит 3,3 млн. руб. Период окупаемости маркетинговых мероприятий составит 1 месяц.



**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**

