

Задание по анализу рынка

Подготовить к 13 апреля

Анализ рынка

- Анализ отрасли и тенденций на рынке
- Анализ покупателей, сегментация
- Анализ, оценка и выбор целевых сегментов (рынков)
- Анализ конкурентов
- Конкурентные преимущества

Анализ покупателей, описание целевых сегментов

- Покупатели и конечные потребители
- Частота совершения покупок
- Факторы, влияющие на решение о покупке
- Требования к товарам/услугам (в т.ч. по цене и качеству)
- Удовлетворенность существующими товарами/услугами
- Обоснование выбора целевых сегментов
- Размер целевых сегментов (емкость) в натуральном и денежном выражении

Как делать:

- Описать потребителей в виде таблицы:
- Для каждой группы (сегмента) своя

Характеристика (<i>добавлять свои</i>)	Описание
Причины покупки	
Частота покупки	
Пол, возраст, где живут	
Доход и род занятий	
Другие характеристики	



Анализ конкурентов

- Конкуренты: существующие (прямые и косвенные) и потенциальные
- Целевые сегменты конкурентов
- Размер бизнеса (объемы продаж)
- Ассортимент
- Ценовая политика
- Каналы распределения
- Продвижение
- Лояльность и удовлетворенность покупателей
- Репутация и опыт работы
- Преимущества и недостатки



Как делать:

1. Составить список реальных конкурентов на выбранной территории
2. Про каждого конкурента написать - где расположен, широта ассортимента, диапазон цен, преимущества.
3. Лучше все это делать в виде таблицы, но не обязательно.