

Курсовая работа

По профессиональному модулю ПМ.02 Организация и проведение
экономической и маркетинговой деятельности

**Тема: «Анализ отношения
потребителей ООО «МОЛЛ»**

ВВЕДЕНИЕ

Объект исследования - общество с ограниченной ответственностью «МОЛЛ»

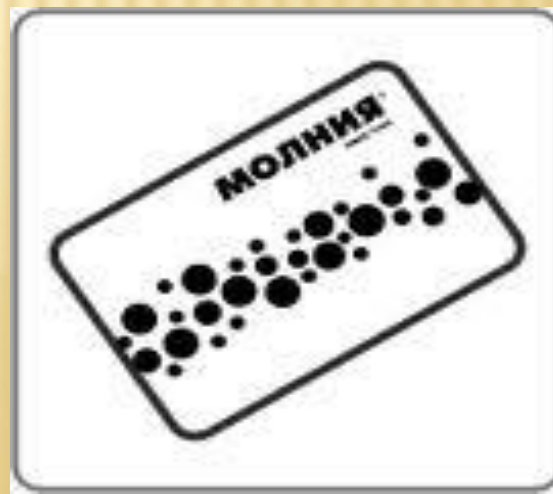
Предмет исследования - отношение потребителей



Цель - проведение анализа отношений потребителей к ООО «МОЛЛ».

Задачи:

1. Рассмотреть понятие потребителей в маркетинговой деятельности
2. Изучить факторы, определяющие поведение потребителей
3. Изучить компоненты и способы изменения отношения потребителей
4. Дать характеристику ООО «МОЛЛ»
5. Провести исследование отношений потребителей к ООО «МОЛЛ»
6. Дать рекомендации по формированию положительного мнения об ООО «МОЛЛ»



ПОНЯТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Потребитель – это гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности

ФАКТОРЫ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- ❖ факторы внутреннего влияния на поведение потребителей
- ❖ факторы внешнего влияния на поведение потребителей

ПАРАМЕТРЫ ОТНОШЕНИЯ

- направленность оценки
- интенсивность оценки
- сопротивляемость оценки изменениям (характеризует степень лояльности потребителя)
- уверенность потребителя в правильности оценки

КОМПОНЕНТЫ ОТНОШЕНИЯ

- ❑ КОГНИТИВНЫЙ
- ❑ аффективный
- ❑ поведенческий

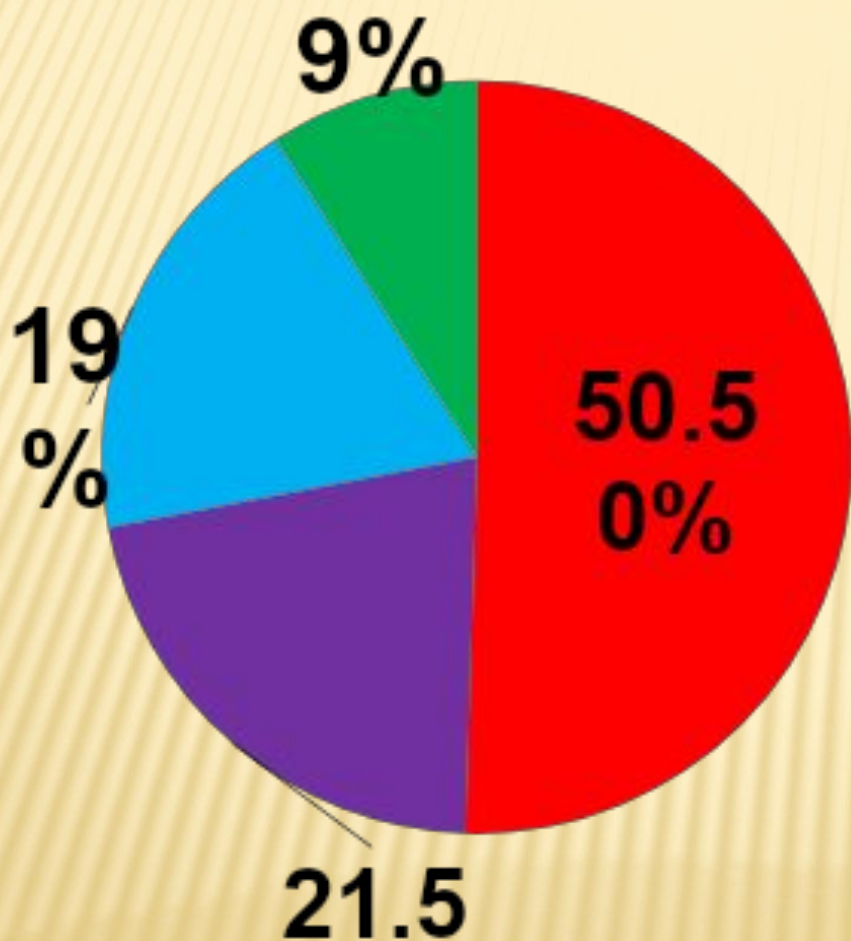
МОЛНИЯ®
SINCE 1998

ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «МОЛЛ»



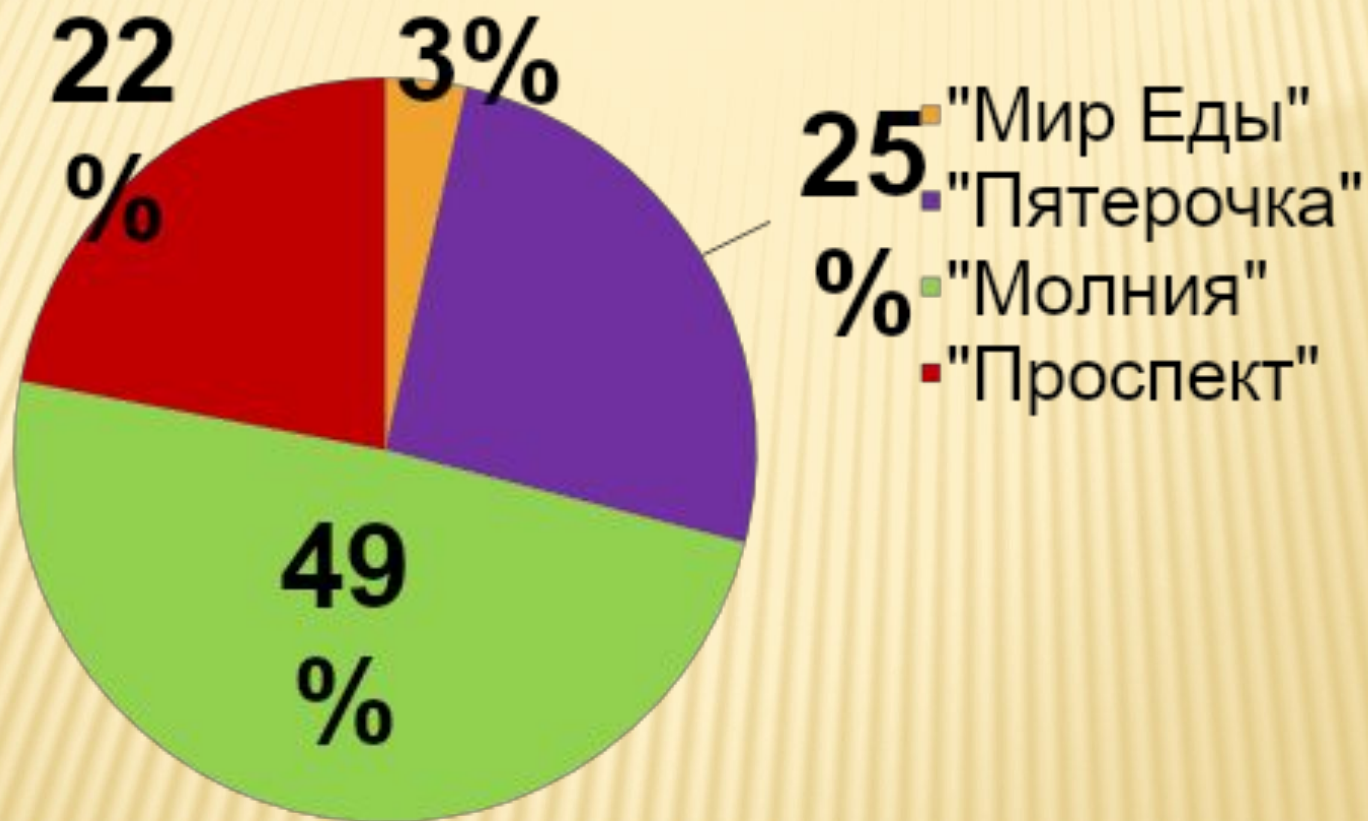
**АНАЛИЗ
ОТНОШЕНИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К
ООО «МОЛЛ»**

МЕСТА ПОКУПКИ ПРОДУКТОВ

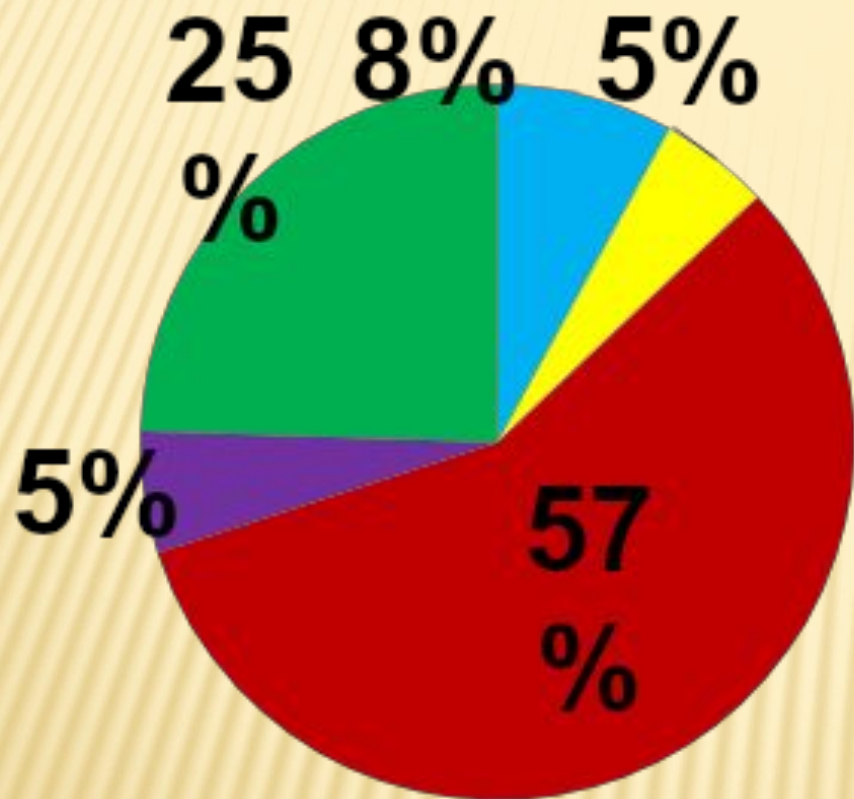


- сетевые продуктовые магазины ("Молния", "Проспект", "Дикси", "Пятерочка").)
- продуктовые рынки
- сетевые продуктовые гипермаркеты ("МЕТРО", "Перекресток").)
- торговые павильоны

ПОТРЕБИТЕЛИ ПРЕДПОЧИТАЮТ СОВЕРШАТЬ ПОКУПКИ В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ

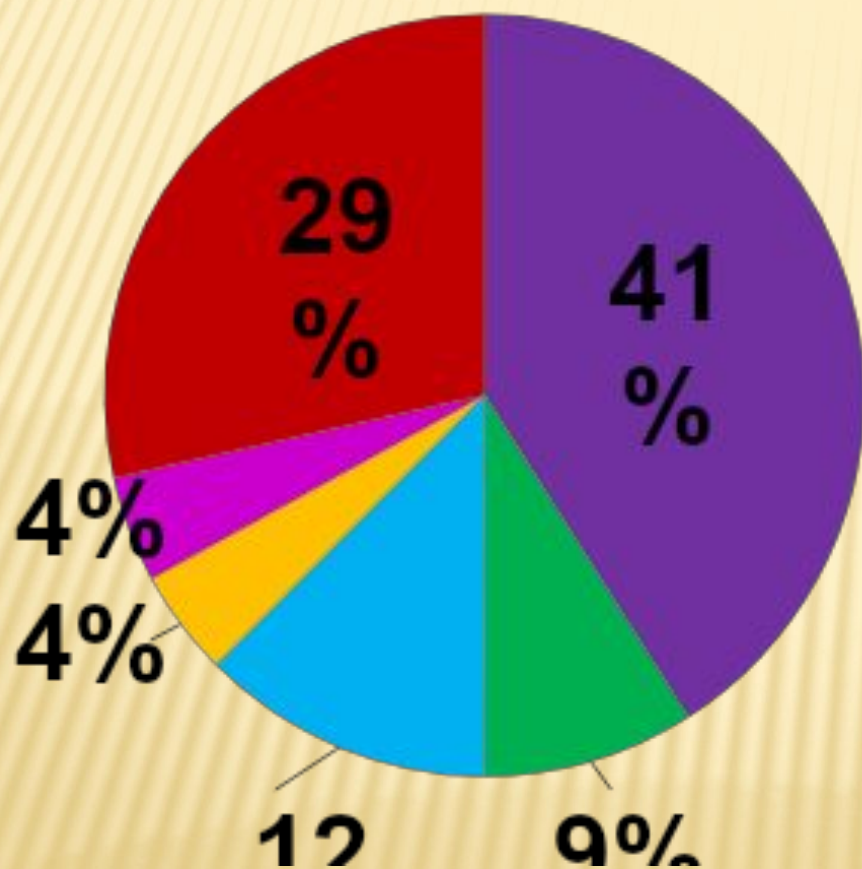


ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР МЕСТА ДЛЯ ПОКУПОК



- качество продукции
- качество обслуживания
- близость к дому или работе
- известность магазина
- цена

КРИТЕРИИ ВЫБОРА ООО «МОЛЛ»



- Низкие цены
- Удобный график работы
- Удобный торговый зал
- Высокое качество продукции
- Высокий уровень обслуживания
- Близость к дому

КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ В МАГАЗИНАХ «МОЛЛ»





РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Улучшение качества обслуживания
2. Повышение квалификации сотрудников
3. Реализовать хорошее качество продукции
4. Учитывать желания покупателей
5. Создавать благоприятную атмосферу
6. Пополнять ассортимент новинками

МОЛНИЯ®
Покупайте всей семьей!

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Потребители большое предпочтение отдают сетевым продуктовым магазинам: «Молния», «Пятерочка», «Перспект». Магазины ООО «МОЛЛ» ценятся у покупателей близостью к дому, доступными ценами и хорошим качеством обслуживания

