

Мониторинг рынка

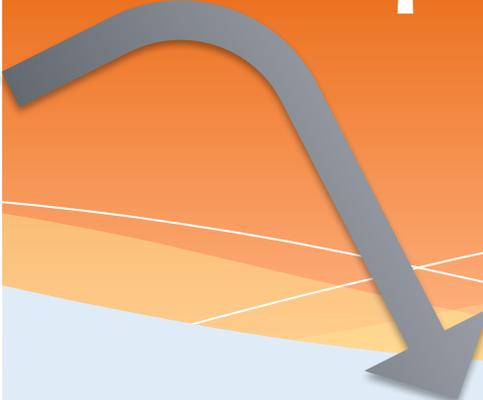


Мониторинг

рынка

необходим для эффективного
управления бизнесом

позволяет отслеживать
деятельность прямых
конкурентов и их ценовую
политику



бизнес можно
подстраивать под
основные тенденции
анализируемого рынка с
целью увеличения
клиентской базы и
прибыли
соответственно

Мониторинг рынка —

* это непрерывный процесс,
включающий



сбор
информации о
конкурентной
среде



обработку и
анализ этой
информации



направление ее руководству компании для
повышения эффективности принятия
решений

Концепция мониторинга рынка



Анализ потребностей представителей целевой аудитории

* можно корректировать

собственную ценовую политику

ассортимент продукции

месторасположение филиалов
или офисов

проводимые акции и бонусные
программы



Анализ конкурентов

– это сложный процесс, который направлен на выявление их преимуществ.

Чем они лучше конкретной компании?

В чем недостатки их деятельности?

С какими поставщиками они работают?

В чем их основное превосходство?



Обобщающий отчет рынка



Основа –
сборы данных о поставщиках,
объемах продаж с учетом
реализации продукции
конкурентов, об основных
видах рекламы и других
параметрах, которые в
конечном итоге могут
повлиять на деятельность
компании.



Процесс исследования рынка



1. СБОР
ИНФОРМАЦИИ

2. ОБРАБОТКА
ИНФОРМАЦИИ

3. НАПРАВЛЕНИЕ
РУКОВОДЯЩИМ ЛИЦАМ

Входящие
сигналы



ПРОЦЕСС
ИССЛЕДОВАНИЯ
РЫНКА



Исходящие
сигналы

Руководящее
лицо

Руководящее
лицо

Руководящее
лицо

дальнейшего развития и построения стратегического плана дальнейшей деятельности компании.

Основные функции мониторинга:

1. выявление состояния критических или находящихся в состоянии изменения явлений окружающей среды, в отношении которых будет выработан курс действий на будущее;

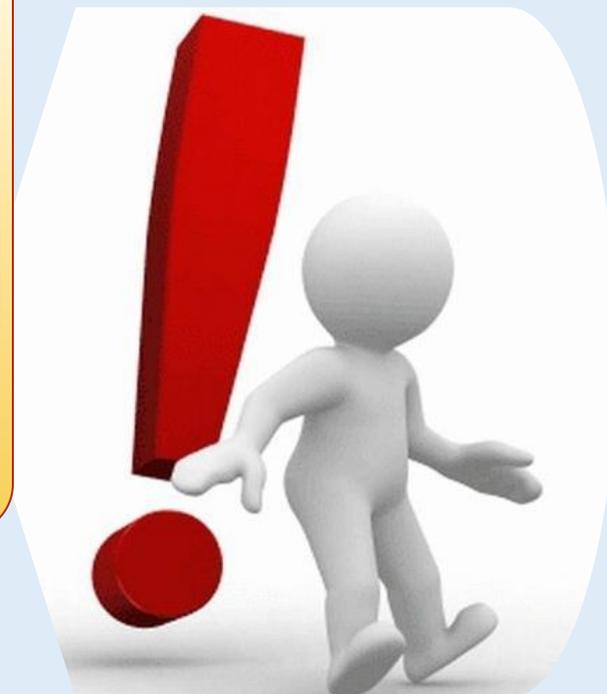


- 2. установка отношений с окружением, обеспечивая обратную связь, в отношении предыдущих удач и неудач определенной политики или программ;





3. установка соответствия
правилам и конкретным
обязательствам.



Спасибо за внимание!!